



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación**

**Carrera de Comunicación Social**

**“Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca”**

Trabajo de Titulación previo a la obtención del  
título de Licenciado en Ciencias de la  
Comunicación Social en Periodismo y  
Comunicación Digital

**Autores:** Mario Andrés Lahuatte Bermeo

C.I.: 0105901276

Carlos Fernando Orden Verdugo

C.I.: 0106855026

**Director:** Mgt. Víctor Hugo Guillermo Ríos

C.I.: 0101643807

**Cuenca- Ecuador**

**20/05/2019**



## RESUMEN

La presente investigación, “Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios de El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca” tiene como objetivo analizar el uso y funcionalidades de cada sitio web y sus derivados como redes sociales, dando así un balance de cumplimiento de las necesidades de digitalización dentro de cada uno de los medios.

En el capítulo 1, se detalla los enfoques de la investigación, con problematización, justificación y objetivos de investigación. En el capítulo 2 se aborda todo lo referente a los medios de comunicación de El Mercurio y El Tiempo con: historia, secciones, línea editorial; además la digitalización y principales medios ecuatorianos inmersos en la web como: EL Comercio, EL Universo y El Telégrafo. En el capítulo 3 se enfatiza ciertos conceptos sobre cibermedios, características predominantes de los medios digitales y las aplicaciones, herramientas utilizadas por los periodistas web. En el capítulo 4, se da proceso al trabajo de campo, investigando en cada medio sobre su contenido y funcionamiento digital tanto en el sitio web como plataformas derivadas, para realizar la respectiva comparación. Y por último el capítulo 5 que después de todo lo investigado se realiza conclusiones y recomendaciones; añadiendo también la parte de anexos y bibliografía de todo el trabajo investigativo.

**Palabras Clave:** Periodismo digital. Web. Redes sociales. Cibermedios.



## ABSTRACT

The present research, "Cybermedia: a comparative analysis in the newspapers of El Mercurio and El Tiempo of the city of Cuenca" aims to analyze the use and functionalities of each website and its derivatives as social networks, thus providing a balance of compliance with the digitization needs within each one. Of the media.

In chapter 1, research approaches are detailed, with problematization, justification and research objectives. Chapter 2 deals with everything related to the media of El Mercurio and El Tiempo with: history, sections, editorial line; Also the digitalization and main Ecuadorian media immersed in the web as: El Comercio, El Universo and El Telégrafo. Chapter 3 emphasizes certain concepts about cybermedia, predominant characteristics of digital media and applications, tools used by web journalists. In Chapter 4, a process is given to field work, investigating in each medium its content and its digital functioning, both on the website and in the derived platforms, to make the corresponding comparison. And finally, chapter 5 that after all the research, conclusions and recommendations are made; Also adding the part of annexes and bibliography of all the research work.

**Keywords:** Digital journalism. Web. Social networks. Cybermedia.



## ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>4</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS:.....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS:.....</b>	<b>10</b>
<b>CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL .....</b>	<b>11</b>
<b>CLAÚSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....</b>	<b>13</b>
<b>DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>15</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>19</b>
1. Plan de investigación.....	19
1.1 Título de la investigación.....	19
1.2 Planteamiento del problema de investigación .....	19
1.3 Variables de estudio .....	20
1.4 Objetivos de la investigación.....	20
1.4.1 Objetivo general.....	20
1.4.2 Objetivos específicos.....	20
1.5 Justificación .....	21
1.6 Metodología de la investigación .....	22
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>24</b>
2. Generalidades de los diarios El Tiempo y El Mercurio .....	24
2.1 Breve historia de la prensa Ecuador y Cuenca .....	24
2.2 Diario El Tiempo .....	25
2.3 Diario El Mercurio .....	29
2.4 La comunicación digitalizada.....	32
2.4.2 Principales diarios ecuatorianos inmersos en la web .....	41
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>52</b>
3. Marco teórico.....	52
3.1 Los cibermedios.....	52
3.2 Las aplicaciones y herramientas digitales, facilidad y accesibilidad. ....	54
3.3 Características de los principales medios digitales. ....	57
3.4 Tecnologías de la información y la comunicación (TICS). ....	62





<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>71</b>
4. Análisis comparativo.....	71
4.1 Elementos de análisis .....	71
4.1.1 Diseño de la página web y contenidos.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
4.1.2 Estructura visual, contenidos en página web y plataformas derivadas.....	72
4.1.3 Contenidos .....	74
4.1.4 Accesibilidad.....	74
4.1.4 Usabilidad.....	75
4.1. 5 Arquitectura de la información .....	76
4.1.6 Opciones multimedia .....	77
4.1.7 Hipervínculos y etiquetas .....	80
4.1.8 Facilidad e interactividad para el usuario .....	81
4.2 Investigación de los sitios web de los diarios el mercurio y el tiempo. ....	82
4.2.1 Personal determinado para el funcionamiento de los sitios web.....	82
4.2. 2Análisis general de la página web .....	85
4.2.3 Opciones multimedia .....	147
4.2.4 Hipervínculos y etiquetas .....	155
4.2.5 Facilidad e interactividad para el usuario .....	157
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>171</b>
5. Conclusiones y recomendaciones .....	171
5.1 Conclusiones.....	171
5.2 Recomendaciones: .....	172
<b>ANEXOS .....</b>	<b>174</b>
Anexo 1. Modelo de entrevista a directores- editores web de los diarios digitales El Mercurio y El Tiempo. ....	174
Anexo 2. Modelo de entrevista a periodistas web de diario El Tiempo y El Mercurio.	175
Anexo 3. Fotografías de los entrevistados de los diarios de El Mercurio y El Tiempo .....	175
Anexo 4. Modelo de encuesta, dirigida a estudiantes de octavo ciclo de la carrera de Periodismo de la Universidad de Cuenca. ....	178
Anexo 5. Resultados de encuestas a los alumnos del octavo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca: Periodo septiembre – enero 2019 .....	181
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>193</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS:

Fig 1 Portada de la página web de diario El Tiempo. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	25
Fig 2 Portada de la página web de diario El Mercurio. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	29
Fig 3 Modelo lineal de la comunicación. Fuente: <a href="http://www.es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner">www.es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner</a>	32
Fig 4 Modelo interaccional de la comunicación: Fuente: (West & Turner, 2006) <a href="https://es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner">https://es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner</a>	33
Fig 5 Modelo transaccional de la comunicación. Fuente: <a href="https://slideplayer.es/slide/4187089/13/images/4/MODELO+TRANSACCIONAL+CONTEXTO+%28ruido%29+canal+o+medio+%28ruido%29.jpg">https://slideplayer.es/slide/4187089/13/images/4/MODELO+TRANSACCIONAL+CONTEXTO+%28ruido%29+canal+o+medio+%28ruido%29.jpg</a>	33
Fig 6 Análisis de Elmercurio.com.ec con similar web: <a href="https://www.similarweb.com">https://www.similarweb.com</a>	39
Fig 7 Análisis de Eltiempo.com.ec con similar web: <a href="https://www.similarweb.com">https://www.similarweb.com</a>	41
Fig 8 Portada de la página web de diario El Comercio. Fuente: <a href="http://www.elcomercio.com">www.elcomercio.com</a>	45
Fig 9 Análisis de elcomercio.com con similar web. Fuente: <a href="http://www.similarweb.com">www.similarweb.com</a>	46
Fig 10 Portada de la página web de diario El Universo. Fuente: <a href="http://www.eluniverso.com">www.eluniverso.com</a>	47
Fig 11 . Análisis de eluniverso.com con similar web. Fuente: <a href="http://www.similarweb.com">www.similarweb.com</a>	48
Fig 12 Portada de la página web de diario El Telégrafo: <a href="http://www.eltelegrafo.com.ec">www.eltelegrafo.com.ec</a>	50
Fig 13 Análisis de eltelegrafo.com.ec. Fuente: <a href="http://www.similarweb.com">www.similarweb.com</a>	51
Fig 14 Modelo de Home o página de inicio: Fuente: <a href="http://www.escrioturaperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/libro-ciberperiodismo-completo.pdf">www.escrioturaperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/libro-ciberperiodismo-completo.pdf</a>	73
Fig 15 Portada de la página web de El Mercurio. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	86
Fig 16 Noticias destacadas de la portada de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a>	87
Fig 17 Últimas noticias, radio y promoción de la portada. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	87
Fig 18 Parte sucesos de la portada. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	88
Fig 19 Parte sociales de la portada del sitio de <a href="http://elmercurio.com">elmercurio.com</a> - Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	89
Fig 20 Sección de videos de YouTube de la portada de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> . Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	89
Fig 21 Sección de editorial, articulistas y tendencias de la portada de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> . Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	90
Fig 22 Sección final con suplementos e información empresarial de la portada de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> . Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	90
Fig 23 Portada con la noticia destacada de <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> - Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	91
Fig 24 Últimas noticias de la portada de <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> - Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	92
Fig 25 Sección de enlace a Twitter dentro de la portada de <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> - Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	93
Fig 26 Sección con las noticias más visitadas y la destacada en la portada de <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> - Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	93
Fig 27 Sección de noticias destacadas de cada categoría. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	94
Fig 28 Sección final con suplementos e información de contacto de la portada de <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> - Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	94



Fig 29 Publicación de nota dentro del sitio de elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec	99
Fig 30 Contenido textual de la nota digital de elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec	99
Fig 31 Publicación de nota en la red Facebook de El Mercurio: Fuente: <a href="https://www.facebook.com/diarioelmercurio/?ref=br_rs">https://www.facebook.com/diarioelmercurio/?ref=br_rs</a>	100
Fig 32 Publicación de la nota en la red Twitter de El Mercurio- Fuente: <a href="https://twitter.com/mercurioec">https://twitter.com/mercurioec</a>	100
Fig 33 Publicación de nota en elmercurio.com.ec con contenido multimedia: ww2.elmercurio.com.ec	101
Fig 34 Nota publicada “es ilegal el transporte vía app” en diario impreso de El Mercurio	102
Fig 35 Nota digital “es ilegal transporte vía app” en elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec	103
Fig 36 Nota publicada "cantón Girón, una mirada más allá de lo urbano" en diario impreso de El Mercurio.	104
Fig 37 Nota publicada “cantón Girón, una mirada más allá de lo urbano” en diario digital elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com. ec	106
Fig 38 Nota publicada en sección deportes "el Cuenca revisa sus debilidades para un compromiso de altura" en diario impreso de El Mercurio.	107
Fig 39 Nota publicada en sección deportes "el cuenca revisa sus debilidades para su compromiso de altura" en diario digital: elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec	108
Fig 40 Nota publicada en sección elecciones 2019 en diario impreso de El Mercurio	109
Fig 41 Nota publicada en sección elecciones 2019 en diario digital de elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec	110
Fig 42 Nota publicada en el sitio web de eltiempo.com.ec- Fuente: www.eltiempo.com.ec	112
Fig 43 Publicación de nota dentro de la red Facebook de eltiempo.com.ec- Fuente: <a href="https://www.facebook.com/eltiempocuenca/">https://www.facebook.com/eltiempocuenca/</a>	113
Fig 44 Publicación de nota dentro de la red Twitter de eltiempo.com.ec- Fuente: <a href="https://twitter.com/eltiempocuenca">https://twitter.com/eltiempocuenca</a>	113
Fig 45 Nota publicada dentro del sitio web de eltiempo.com.ec: con el uso de infografías e hipertexto.- Fuente: www.eltiempo.com.ec	115
Fig 46 Nota publicada "riesgo en la vía Cuenca- Molleturo por deslizamientos" en diario impreso de El Tiempo.	116
Fig 47 Nota publicada “riesgo en la vía Cuenca- Molleturo por deslizamientos" en diario digital de eltiempo.com.ec- Fuente: www.eltiempo.com.ec	117
Fig 48 Nota publicada sección elecciones 2019"Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia" en diario impreso de El Tiempo.	117
Fig 49 Nota publicada sección elecciones 2019" Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia" en eltiempo.com.ec. Fuente: www.eltiempo.com.ec	120
Fig 50 Nota publicada sección deportes" Campana, el goleador heredero de un linaje ganador" en diario impreso El Tiempo	120
Fig 51 Nota publicada en sección deportes "Campana, el goleador, heredero de un linaje ganador " en diario digital eltiempo.com.ec: Fuente: www.eltiempo.com.ec	121
Fig 52 Análisis de accesibilidad de elmercurio.com.ec, mediante el sitio TAW. Fuente: www.tawdis.net	122
Fig 53 Sección perceptible del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net	123
Fig 54 Sección operable del resultado de TAW: www.tawdis.net	123
Fig 55 Sección Comprensible del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net	124
Fig 56 Sección robusto del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net	124



Fig 57 Análisis de accesibilidad de eltiempo.com.ec, en TAW. Fuente: <a href="http://www.tawdis.net">www.tawdis.net</a>	125
Fig 58 Sección perceptible del resultado en TAW. Fuente: <a href="http://www.tawdis.net">www.tawdis.net</a>	125
Fig 59 Sección operable del resultado en TAW. Fuente: <a href="http://www.tawdis.net">www.tawdis.net</a>	126
Fig 60 Sección comprensible del resultado de TAW. Fuente: <a href="http://www.tawdis.net">www.tawdis.net</a>	126
Fig 61 Sección robusto del resultado de TAW. Fuente: <a href="http://www.tawdis.net">www.tawdis.net</a>	126
Fig 62 Análisis de usabilidad de elmercurio.com.ec con Woorank. Fuente: <a href="https://www.woorank.com/es">https://www.woorank.com/es</a>	129
Fig 63 Resultados de elmercurio.com propuestos por Woorank. Fuente: <a href="https://www.woorank.com/es">https://www.woorank.com/es</a>	130
Fig 64 Análisis de Usabilidad de eltiempo.com.ec con Woorank. Fuente: <a href="https://www.woorank.com/es">https://www.woorank.com/es</a>	130
Fig 65 Resultados de usabilidad de eltiempo.com.ec propuestos por Woorank: <a href="https://www.woorank.com/es">https://www.woorank.com/es</a>	131
Fig 66 Sección Cuenca. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	134
Fig 67 Sección elecciones 2019. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	135
Fig 68 Sección deportes de elmercurio.com.ec. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	135
Fig 69 Sección región. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	136
Fig 70 Sección País. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	137
Fig 71 Sección mundo. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	137
Fig 72 Sección entretenimiento. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	138
Fig 73 Sección Opinión. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	139
Fig 74 Sección negocios. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	139
Fig 75 Sección defunciones. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	140
Fig 76 Sección clasificados. Fuente: <a href="http://ww2elmercurio.com.ec">ww2elmercurio.com.ec</a>	141
Fig 77 Categorías para contenido publicitario. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	141
Fig 78 Mapa introducido en la parte publicitaria. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	142
Fig 79 Sección elecciones 2019. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	142
Fig 80 Sección Cuenca. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	143
Fig 81 Sección sucesos. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	143
Fig 82 Sección deportes. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	144
Fig 83 Sección región. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	144
Fig 84 Sección cultura. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	145
Fig 85 Sección entretenimiento. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	145
Fig 86 Sección Actualidad. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	146
Fig 87 Sección sociales. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	146
Fig 88 Galería de fotos en sección sociales. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	148
Fig 89 Fotografías de las caricaturas en la sección editorial. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	149
Fig 90 Sección de videos de YouTube anexa a la página principal. Fuente: <a href="http://ww2.elmercurio.com.ec">ww2.elmercurio.com.ec</a>	150
Fig 91 Canal de YouTube de El Mercurio, donde sube entrevistas, informativos y reportajes. Fuente: <a href="https://www.youtube.com/user/videoselmercurio">https://www.youtube.com/user/videoselmercurio</a>	150
Fig 92 Opción Anexa radio online dentro de la página principal. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	151
Fig 93 Foto galería en la sección sociales de la página. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	152



Fig 94 Fotografías de caricaturas establecidas en la sección opinión. Fuente: <a href="http://www.eltiempo.com.ec">www.eltiempo.com.ec</a>	152
Fig 95 Canal de YouTube de El Tiempo, donde sube contenido como reportajes, entrevistas y coberturas. Fuente: <a href="http://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb">www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb</a>	153
Fig 96 Análisis del sitio de Woorank respecto a hipervínculos y etiquetas utilizadas por <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> . Fuente: <a href="http://www.woorank.com.es">www.woorank.com.es</a>	155
Fig 97 Análisis del sitio de Woorank respecto a hipervínculos y etiquetas utilizadas por <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> . Fuente: <a href="http://www.woorank.com.es">www.woorank.com.es</a>	156
Fig 98 Rango de edad propuesto por google analytics de la página de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> . Fuente: El Mercurio.	158
Fig 99 Rango de plataforma utilizada para entrar a la página de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> propuesto por google analytics. Fuente: El Mercurio.	158
Fig 100 Rango de categorías más visitadas propuestas por google analytics de <a href="http://elmercurio.com.ec">elmercurio.com.ec</a> . Fuente: El Mercurio.	159
Fig 101 Rango de plataforma y acceso al sitio web de <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> mediante similar web. Fuente: <a href="http://www.similarweb.com">www.similarweb.com</a> .	159
Fig 102 Rango de categoría más visitada dentro del sitio <a href="http://eltiempo.com.ec">eltiempo.com.ec</a> propuesto por similar web. Fuente: <a href="http://www.similarweb.com">www.similarweb.com</a>	160
Fig 103 Inicio de la página Facebook de Diario El Mercurio. Fuente: <a href="https://www.facebook.com/diarioelmercurio/">https://www.facebook.com/diarioelmercurio/</a>	163
Fig 104 Página inicio de Twitter de diario El Mercurio. Fuente: <a href="http://www.twitter.com/mercurioec">www.twitter.com/mercurioec</a>	164
Fig 105 Página principal de Instagram de diario El Mercurio. Fuente: @el_mercurioec	165
Fig 106 Página principal de YouTube de diario El Mercurio. Fuente: <a href="https://www.youtube.com/user/videoselmercurio">https://www.youtube.com/user/videoselmercurio</a>	165
Fig 107 Página inicio de Facebook de diario El tiempo. Fuente: <a href="https://www.facebook.com/eltiempocuenca/">https://www.facebook.com/eltiempocuenca/</a>	168
Fig 108 Página inicio de Twitter de diario El Tiempo. Fuente: <a href="https://twitter.com/eltiempocuenca">https://twitter.com/eltiempocuenca</a>	168
Fig 109 Página inicio de Instagram de diario El Tiempo. Fuente: @eltiempocuenca	169
Fig 110 Página del canal de YouTube de diario El Tiempo. Fuente: <a href="https://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb">https://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb</a>	170



## ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1 Rasgos de los medios de la era digital_____	34
Tabla 2 Comparacion de Scolari entre viejos medios y nuevos medios _____	35
Tabla 3 Presentaciones en diferentes años de la pagina de elmercurio.com.ec _____	85
Tabla 4 Comparacion resumida según las variables de distribucion informativa _____	95
Tabla 5 Indicadores en base al analisis de publicacion de elmercurio.com.ec_____	98
Tabla 6 Indicadores en base al analisis de publicaciones de eltiempo.com.ec_____	111
Tabla 7 Comparacion en cuanto al estado de la pagina _____	131
Tabla 8 Comparacion en cuanto a las opciones multimedia _____	153
Tabla 9 Comparacion en cuanto al analisis de interaccion-usuario _____	160
Tabla 10 Detalles de seguimiento en redes sociales “El Mercurio”_____	162
Tabla 11 Detalles de seguimiento en redes sociales “El Tiempo”_____	167



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Mario Andrés Lahuate Bermeo en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, mayo de 2019

---

Mario Andrés Lahuate Bermeo

C.I 0105901276



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Carlos Fernando Orden Verdugo en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, mayo de 2019

Carlos Fernando Orden Verdugo

C.I 0106855026





### Cláusula de Propiedad Intelectual

Mario Andrés Lahuate Bermeo, autor del trabajo de titulación "Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, mayo de 2019

Mario Andrés Lahuate Bermeo

C.I: 0105901276



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Carlos Fernando Orden Verdugo, autor del trabajo de titulación "Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, mayo de 2019

Carlos Fernando Orden Verdugo

C.I: 0106855026



## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO**

Este trabajo de investigación tiene una dedicatoria hacia mis familiares quienes, a través de su apoyo, mediante consejos y experiencias propias fueron vitales para lograr culminar mi carrera profesional.

Con mención especial dedico este trabajo de graduación a mi esposa e hijas, que me brindaron su amor puro y verdadero logrando ser parte trascendental de este logro que estoy próximo a culminar.

Mario Andrés Lahuatte B.



## **DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO**

Este proyecto de investigación se lo dedico especialmente a mis padres Luis Orden y Olga Verdugo, quienes de manera incondicional han sabido darme los parámetros para guiarme y convertirme en la persona que soy, siempre fundamentándome la labor del cumplimiento y compromiso con las metas logradas y las que se presenten en el futuro.

También le dedico este proyecto a mis hermanos, primos, tíos, compañeros y amigos, quienes han sido parte fundamental para la consecución de mis estudios y la realización de este proyecto.

A mis profesores quienes durante este largo trayecto académico han sabido brindar sus conocimientos para enriquecer los míos.

A mis amigos cercanos, quienes han brindado varios consejos respecto a la elaboración de esta investigación.

Carlos Fernando Orden V.



## INTRODUCCIÓN

La inserción del internet a nivel global cambió las diferentes formas de comunicación entre las personas, sociedades, medios de comunicación, etcétera. Por lo tanto, aquel periodismo basado en un modelo unidireccional sufrió los estragos y tuvo que adaptarse a un nuevo modelo, o en su defecto decaer. Un nuevo público emerge y con este la necesidad de un alternante método de conexión entre emisor- receptor, dando como resultado una retroalimentación directa. La necesidad de información más rápida, continua y accesible renovó los diferentes medios de comunicación, en especial los periódicos quienes incluso mediante el paso de los años recibían más visitas en sus plataformas digitales que en sus diarios físicos. Esta ola del papel a la red, supuso un gran impacto pues requería un cambio en las actividades del periodista, mejorar en cuanto a sus habilidades de redacción en la web, acoplamiento de herramientas y aplicaciones digitales para innovar la visión de información en las diferentes plataformas del medio.

En general en el Ecuador, esa adaptación de la prensa tradicional a la parte digitalizada no ha sido más que la repetición de la información impresa hacia su página web, sin embargo, medios como El Comercio o Universo, reflejan un nuevo método de comunicación en línea, utilizando nuevas herramientas para generar otro contenido informativo para sus internautas.

En este caso, en el ámbito cuencano motivo principal de la investigación y análisis comparativo, se palpa la falencia de traspaso textual del papel a la red, como hemos mencionado anteriormente; no obstante, tanto El Tiempo como El Mercurio se están planteando innovar con la incorporación de infografías, audio, video on-line, obviamente remitiendo desde sus plataformas más visitadas como Facebook o Twitter a sus páginas web.

Plantearse un manejo perfecto de las páginas web, no es algo fácil, ya que requiere tiempo para el uso, desarrollo y mantenimiento de la misma, pues lo que es básico y atractivo tanto para el usuario digital o seguidor del impreso, es el contenido. A eso hay que añadir la estructura y diseño visual; además las opciones atractivas como: videos, audios o enlaces a sus redes sociales, foros online, etcétera. Sugiriendo temas como: accesibilidad, usabilidad, interactividad, hipertextualidad y multimedialidad.

Ante esas exigencias que plantea la ola digital, el auge de los usuarios en el internet y de un nuevo público consumidor en la ciudad de Cuenca, se toma como indicio para realizar la



investigación comparativa entre estos dos diarios importantes de la ciudad como El Mercurio y El Tiempo, en sus versiones digitales.

En el capítulo I de este trabajo se da a conocer el plan de investigación que ha sido formulado, dando a conocer aspectos como planteamiento del problema: sobre el uso y función que le dan los nuevos métodos de comunicación digitalizada en estos dos diarios cuencanos. La justificación del masivo surgimiento de nuevos seguidores de medios mediante las diferentes plataformas digitales frecuentemente utilizadas. Además de las variables y objetivos a alcanzar con esta investigación.

En el segundo capítulo II informamos acerca de la trayectoria de los diarios a investigar, mostrando ubicación, antecedentes, línea editorial, secciones y etapas de cada uno; además de indicar sobre la digitalización en los medios escritos concluyendo en la ciudad de Cuenca y exponiendo ciertos referentes en cuanto a contenido digital a nivel nacional como lo son: Telégrafo, Universo y Comercio.

En el capítulo III se establece como prioridad desmenuzar todo lo referente a conceptos como cibermedios, aplicaciones digitales, las principales características de los medios digitales, tics.

Y por último en el capítulo IV se establece el análisis comparativo que dará a conocer todo lo referente en cuanto a personal distribuido para el manejo de los sitios web, además de lo que generó el resultado de la investigación en cuanto a presencia de los diarios en las diferentes plataformas digitales, el diseño y estructura visual; opciones en el contenido informativo, servicios para el usuario.



## CAPÍTULO I

### 1. Plan de investigación

#### 1.1 Título de la investigación

Cibermedios: un análisis comparativo en los diarios El Mercurio y El Tiempo de la ciudad de Cuenca.

#### 1.2 Planteamiento del problema de investigación

**¿Cuál es el uso y función que le dan los nuevos métodos de comunicación digitalizada, en los diarios del Tiempo y el Mercurio?**

Los medios impresos tradicionales de la ciudad también están apegándose a estos nuevos cambios tratando de aprovechar al máximo nivel las herramientas que les brindan el internet y la tecnología para la cobertura de noticias. En este caso por medio de un sondeo previo sobre los medios a investigar se observa las mismas publicaciones del diario impreso en la plataforma digital (en los dos diarios) sin ninguna diferencia, es decir aumentar con contenido multimedia que ofrece la parte digital; en sus redes sociales existen enlaces caídos, errores ortográficos. **¿Entonces se está utilizando de forma correcta en las publicaciones de los medios a investigar, las características predominantes para el periodismo digital?**

“Uno de los aspectos que más determinan el nuevo ámbito digital recientemente establecido es el concepto de dinamismo, que se centra en el uso de cuatro características que son inherentes al concepto del periodismo digital, como son la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización” (Perez, 2016)

Generalmente en distintos medios en la actualidad, las herramientas digitales han sido utilizadas mayoritariamente como función de hacer publicidad y ganar espacio en el mercado, se venden productos en las noticias con videos, imágenes o en la página misma, impidiendo la navegabilidad. Es decir, cosas irrelevantes que no aportan en nada al contenido comunicativo, específicamente periodístico, lo cual el deber es informar de una forma eficaz y veraz.

Otro punto muy importante es la formación de los periodistas digitales y la falta de estudios para el cambio hacia la utilización de los recursos tecnológicos en auge que permitan



tratar la información de forma innovadora y atrayente para el nuevo consumidor y así no quedar obsoletos ante esta gran ola tecnológica.

### **1.3 Variables de estudio**

Las variables que centramos son 2, sobre los cibermedios, lo cual Díaz y Salaverria asumen como: “una modalidad del periodismo todavía en construcción y denota diversos significados a través de los medios de comunicación, pero coincide en el elemento primordial: el uso del ciberespacio y el tiempo” (Díaz & Salaverria, 2003)

Y en base a la segunda, lo que confiere el significado de Análisis comparativos que establece un formato de investigación donde Rihoux y Lobe mencionan que: “Constituye tanto un enfoque metodológico como una serie de técnicas de análisis encaminadas a lograr ciertos objetivos analíticos” (Ariza & Gandini, 2012)

Dentro de estos dos lineamientos surgen las nuevas formas de comunicación en la red de redes, como las redes sociales, en la cual surge el nuevo periodista y el nuevo consumidor de información. “Es aquel que se desarrolla y labora con los nuevos formatos, produciendo contenidos basados en la adaptabilidad, interactividad, usabilidad y multimedialidad” (Salaverria, 2012)

### **1.4 Objetivos de la investigación**

#### **1.4.1 Objetivo general**

- Analizar el uso y funcionalidad de las plataformas digitales en los diarios El Mercurio y El Tiempo

#### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Determinar el tratamiento y difusión de informaciones de los medios de comunicación digitales El Tiempo y El Mercurio.
- Describir la forma y fondo, en cuanto a estructura y diseño de la plataforma digital, tanto del Mercurio como del Tiempo.
- Comparar el contenido que se publica en los medios de comunicación digitales de El Mercurio y El Tiempo.





## 1.5 Justificación

El gran impacto que se proporciona actualmente con las diferentes formas de difusión, es decir, complementan y ayudan a elaborar una nueva forma de transmitir o cubrir en el ámbito periodístico. Estas nuevas herramientas fortalecerán hablando en el periodismo local, tendrá mayor difusión ya que hay millones de usuarios en las redes que interactúan hoy en día, entonces esto establece un nuevo tipo de periodismo innovador y atractivo al usuario.

En el Ecuador según las estadísticas en su última actualización en octubre del 2018, de Ecuador estado digital, publicado en el blog [formaciongeneral.com](http://formaciongeneral.com), señala que existen con más de 13,6 millones de usuarios conectados y con acceso al internet, siendo las redes sociales el principal motivo de conexión ya sea por computador o teléfono celular.

Facebook: 12 millones (32% de usuarios con edad de 18-24 años)

Twitter: 4 millones (35% de usuarios con edad 25-34 años)

Instagram: 3,8 millones (37% de usuarios con edad 18-24)

Otros (LinkedIn, páginas web YouTube, flickr) 2 millones. (Del Alcazar, 2018)

La información es poder y actualmente podemos con la ayuda del correcto uso de estas herramientas verificar como y que temas son consumidos mayormente en nuestro sitio web o redes sociales, se mantienen unas estadísticas que vienen implementadas por defecto en las mismas, para hacer un balance, por días, semanas o meses. Es decir, se lleva un registro con los contenidos que han sido más relevantes y han tenido mayor acogida dentro del público a quien nos dirigimos. Con esto se puede tener un objetivo claro de que es lo que la atrae al usuario y según esto jerarquizar contenidos.

También de especificar el rol del nuevo periodista digital, sabemos que esto trae un conjunto de aspectos que vienen a complementar el ejercicio periodístico, como el manejo de nuevos formatos, edición y creación de contenidos.

Está claro que hoy casi en todos los medios se puede visualizar a periodistas con su teléfono como herramienta principal de trabajo, produciendo contenido o haciendo cobertura desde el momento en el que se da la noticia, algo muy puntual la crónica en el Diario “El



Mercurio”, donde minuto a minuto por medio de twitter, redactan noticias sobre hechos u accidentes locales, con información relevante y precisa. Porque el tiempo de leer noticias como antes, ya paso. El nuevo usuario lee de manera diferente y es más atrayente hacia las imágenes, videos o algo que le atraiga interactivamente. Este espacio se debería aprovechar no solo por la ayuda de inmediatez sino también por todo lo que conlleva el fruto de estas herramientas, tratar de verificar información, generar otro tipo de contenido, tener un balance y registro, etc.

Mediante un sondeo, en estos medios como El Tiempo y El Mercurio, no se pudo visualizar más que información compartida en las diferentes plataformas, con lo mismo del Diario impreso, y uno que otro tipo de contenido diferente durante el día, como hemos mencionado anteriormente no hay algo interactivo, pocas reacciones, poca retroalimentación en algunos casos y básicamente pasaban desapercibidas.

Tenemos en cuenta que en base a las materias como periodismo on-line, formatos de comunicación digital, multimedia y diseño de los medios, periodismo y redes sociales, diseño web. El uso de las nuevas tecnologías para comunicar no significa dejar de cumplir el papel de periodista, al contrario es evidente que el auge de este nuevo medio de comunicación permite tener una proyección global, un complemento, para que la información se presente de diferente forma y mostrar de una forma clara, concisa y veraz, en estas materias hemos aprendido a utilizar “Infogram” para la elaboración de infografías; los nuevos complementos para estadísticas en páginas web, esto claramente en interacción y seguimiento de contenido, contrastación de fuentes con información falsa mediante imágenes sensacionalistas, etc.

La idea está en investigar y hacer una comparación de estos medios en cómo está estructurado su diseño de página web, publicación de contenido en el sitio o en sus redes más populares como Facebook o twitter.

## **1.6 Metodología de la investigación**

Se pretende que, para la elaboración teórica, hacer una investigación a fondo acerca de estos medios locales cuencanos y generar un análisis de contenido comparativo. Revisión de trabajos bibliográficos relacionados a la temática planteada como lo son textos y artículos donde se hace un análisis profundo de la realidad de la digitalización en medios a nivel nacional y local.



Se realizará un análisis de contenido en los medios digitales e impresos para generar un estudio aplicando las técnicas para lograr el resultado propuesto en los objetivos. Análisis de la información en el medio Diario EL MERCURIO y EL TIEMPO y en sus plataformas digitales, determinar una comparación que identifique puntos positivos, negativos y la importancia que le dan.

Además, se aplicará la técnica de observación para revisar el diseño y la estructura de la plataforma digital para realizar el análisis comparativo entre los dos diarios.

Investigación de campo:

Entrevistas semiestructuradas a periodistas y editores de contenido digital de los medios de comunicación, para determinar el uso, beneficio y eficiencia que les brinda hacer uso de estas herramientas para su labor diaria.

Medición de audiencia para determinar la interactividad del medio en las diferentes plataformas digitales mediante encuestas a estudiantes del séptimo ciclo de periodismo de la Universidad de Cuenca.

Aplicación de Teorías sobre la aplicación, uso de herramientas y plataformas digitales en los medios de comunicación.



## CAPÍTULO II

### 2. Generalidades de los diarios El Tiempo y El Mercurio

#### 2.1 Breve historia de la prensa Ecuador y Cuenca

“La historia de la prensa en el Ecuador se lo debe a un personaje histórico en el país como lo es Eugenio Francisco Javier de Santa Cruz y Espejo precursor del primer periódico en el País, en la ciudad de Cuenca el primer periódico fue el Eco del Azuay creado por Fray Vicente Solano, otros periódicos creados en diferentes partes del Ecuador fueron Semanario Eclesiástico (1835), La Luz (1844), La Civilización Católica (1876), La Voz del Azuay (1876), El Progreso (1884), El Vigía (1885), El Dardo (1889), El Industrial (1893), entre otros”. (Carrion, 2015)

Los Cibermedios en el Ecuador.

Los medios tradicionales han establecido varios cambios conforme pasan los años, muchos de ellos han migrado completamente a la red; en cambio otros aprovechan las ventajas que les da este nuevo proceso como: la multimedialidad, hipertextualidad y la interactividad. Las primeras ediciones digitales experimentalmente nacen en la web del año 93 y 95. Desde entonces se plantea otra forma de comunicar: en Ecuador el primer periódico en subir contenido a las nuevas tecnologías fue el Diario Hoy, quien no solo fue el pionero a nivel nacional, sino en la línea de América del sur. Actualmente se ven en mayoría de los medios de comunicación, por no decir todos, que cuentan con la alternativa de contar con un medio digital, ante la elevada proporción de usuarios digitales.

En estos dos medios tanto en El Mercurio como en El Tiempo la tecnología es utilizada para privilegiar una expansión mayor de la información, investigación y opinión. Es decir, la extensión de opciones al texto, la interacción con nuevos usuarios dentro y fuera del país.

## 2.2 Diario El Tiempo



Fig 1 Portada de la página web de diario El Tiempo. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

### Ubicación

Es un diario matutino de la ciudad de Cuenca su ubicación se encuentra en Avenida Fray Vicente Solano.

### Antecedentes

Fundado el 12 de abril de 1955 por Humberto Toral León. Se edita en la ciudad de Cuenca. Desde su fundación, el diario ha manteniendo su línea de independencia, sus directivos jamás han estado vinculados con poderes políticos ni económicos, lo que los ha convertido en un diario con un alto grado de credibilidad.

En su haber destacan premios a su labor periodística, como: Jorge mantilla ortega y una beca financiada por AVINA. Publica además de sus ejemplares diarios, suplementos como: la pluma, panas y colorado.



Diario EL TIEMPO es un periódico independiente de circulación regional, cuya misión es informar a los ciudadanos cuencanos y ecuatorianos sobre los acontecimientos de la ciudad de Cuenca, la provincia del Azuay, el Ecuador y el mundo, de manera clara, objetiva, imparcial y veraz. (El Tiempo, 2015)

### **Etapas de diario El Tiempo**

Según la redacción del diario sobre como comienza su historia, menciona que “El Tiempo” comienza desde abajo, en un pequeño taller ubicado en las calles Bolívar y Borrero, el 12 de abril de 1955. Humberto toral (Director) conjuntamente con su hermano Daniel (Gerente) publican su primer ejemplar en una prensa manual de marca Chandler, cuyo valor oscilaba los 60.000 sucres y fue adquirida en Estados Unidos. (El Tiempo, 2015)

A continuación presentamos una cronología de fechas importantes, basadas en la redacción de (El Tiempo, 2015) y (Torales, 2016), para establecernos como el diario ha ido cambiando, hasta la actualidad.

Su primera producción fue de 600 ejemplares con un módico precio de sesenta centavos de sucre, con impresiones en amarillo y rojo, cuya primera portada publicada evidencia la perspectiva del edificio de la casa de la cultura, núcleo del Azuay.

12 de abril de 1971

El diario, después de varios años de circulación cada dos semanas, comienza a circular por las tardes. En su primera edición

15 de abril de 1971

La incidencia del Deportivo Cuenca en el ámbito futbolístico, desencadena en una producción que enfatiza mucho el diario, dado la importancia para el deporte Azuayo.

4 de febrero de 1980

EL TIEMPO implementa nuevos equipos para mejorar la calidad de impresión con una circulación de cerca de siete mil ejemplares diarios, cuyo valor incrementa a \$2.50 sucres con un contenido de veinte páginas.

8 de octubre de 1995- 1997

El diario, inaugura una moderna planta, donde existe innovación de equipos en cuanto a mejora de diagramación e impresión. Cambian su formato de tabloide a estándar.



31 de agosto de 1998

Con la edad de ochenta y nueve años fallece el fundador del diario, Humberto Toral, dejando como legado a sus hijos, el control y dirección del periódico, quienes se mantienen hasta la actualidad.

14 de enero de 2005

Casi por cincuenta años de la fundación del diario, deciden cambiar su horario vespertino por el matutino, dado que las exigencias de sus lectores lo requerían.

El pasó hacia lo digital

Agosto del 2008

El diario, decide cambiar y actualizarse, dado la inserción de las nuevas tecnologías, por lo cual crean su página web con el dominio: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec). Según la redacción de (El Tiempo, 2015), marcan una incidencia importante en los internautas con un promedio de 13.000 visitas diarias y de varias partes del mundo.

Diciembre de 2009

Implementan un sistema nuevo en aquel entonces, Oracle, este que a su vez les ayuda tener un buen funcionamiento y manejo de información bajo un sistema de base de datos. Dicho cambio les costó \$80.000 en cuanto a licencias, equipos y programación.

17 de octubre de 2015

El diario público el Telégrafo adquiere el cuarenta y nueve por ciento de acciones del diario el Tiempo dejando así el resto para la familia Toral Calle como principales accionistas, pero con una opción a compra de la totalidad del diario.

20 de mayo de 2016

Luego de ocho meses de negociaciones, el periódico matutino cambia definitivamente de dueño y el Telégrafo adquiere en su totalidad las acciones del El Tiempo. (El Tiempo, 2015)

Año 2019

Se mantienen con el dominio [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec), mezclando información con su ejemplar impreso y actualizando contenidos.



#### **2.2.4 Línea editorial**

##### **Primera etapa**

Diario EL TIEMPO siempre se caracterizó por ser un periódico independiente, siempre a la defensa de la democracia con una línea crítica hacia los gobiernos de turno, junto al diario “El Mercurio” son los dos principales diarios de la ciudad, realizando un contraste adecuado de las noticias, estando alerta frente a noticias falsas difundidas en la región y en la ciudad, tanto en su edición impresa como en su edición digital.

##### **Segunda etapa**

Luego de que el gobierno en el 2016 adquirió las acciones del diario, se vio afectado esta independencia, ya que el periódico tuvo la obligación de seguir la línea marcada del pasado gobierno.

##### **Secciones**

Nacionales, locales y deportes, en su página digital, cuenta con varias viñetas de información especificada como lo son: cuenca, región, deportes, cultura, sucesos, Ecuador, Mundo, opinión, entretenimiento, sociales, empresarial y clasificados. Todos estos segmentos se encuentran con la información que se ve publicada en el diario que se ofrece en físico diariamente, a excepciones de contenido que se lo sube minuto a minuto por medio de las redes sociales, las cuales están adjuntas en la página con enlaces directos.

Actualmente se encuentra en diferentes plataformas digitales como lo es Twitter, Facebook, Instagram y Gmail, además cuenta con una amplia aceptación de seguidores afianzándose como uno de los diarios más importantes de la región.



## 2.3 Diario El Mercurio



Fig 2 Portada de la página web de diario El Mercurio. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

### Ubicación

Es un diario vespertino de la ciudad de Cuenca su ubicación se encuentra la Av. De las Américas

### Antecedentes

Diario El Mercurio de Cuenca, es un periódico que ha iniciado su labor desde el 22 de octubre de 1924, fundado por el Dr. Nicanor y el ingeniero Miguel Merchán Ochoa, quienes fueron los pioneros en la información de carácter local y poco a poco expandirla a nivel nacional. Desde la primera década fue manejado bajo la tutela de tres directores, Dr. Carlos Aguilar Vázquez en sus inicios, posteriormente Dr. Manuel Moreno Mora. Cabe destacar que su gran talento para escribir y visión fueron importantes para la correcta función e ir ganando espacio en la ciudad; el último fue, el Señor José Sarmiento Abad quien siguió la misma línea de sus antecesores.

Con ocho décadas, El Mercurio, ha sido artífice en la veracidad e independencia de su información, al no asociarse a ningún partido político ni clase económica, contando la noticia como es, sin tergiversación, como lo señalo desde su primer editorial en 1924: “La actividad del periodista debe tender a la realización de la armonía social, mediante el imperio de la libertad y justicia, solidaridad y progreso”; es decir ser la voz de los más necesitados, con la investigación de las necesidades, para hacer eco de la problemática y una correspondida



asistencia sobre la misma. Hacer respetar la necesidad de informarse y los derechos del pueblo. (El Mercurio, 2017)

### **Etapas de diario “El Mercurio”**

Según la viñeta de “quienes somos” que se adjunta en la página web de (El Mercurio, 2017), [ww2.elmercurio.com.ec](http://ww2.elmercurio.com.ec), podemos realizar una cronología con fechas importantes para el diario.

22 de octubre de 1924

Se funda el periódico y su primer director fue Manuel Moreno Mora, el personal administrativo estaba compuesto por los hermanos Sarmiento Abad (fundadores) con más colaboradores como la poetisa María Ramona Cordero y León, Manuel Morales y Rigoberto Vintimilla

1935

Cambia de dueño luego de varios litigios legales con Nicanor Merchán Bermeo quien asumió la dirección hasta 1956 cuando falleció, fue quien dio indicios de modernización y rediseño el medio.

1956

Asume el cargo, el ingeniero Miguel Merchán Ochoa, poliglota y quien se caracterizó por ser mordaz, incisivo y austero.

1974

La dirección está bajo el mandato de los hermanos Mechán Luco: Nicanor, Marina, Rita y Miguel

1978

Surge la primera impresión a un solo color.

1984

Sale la primera edición a color representando un gran cambio para los medios de comunicación en esa época.



1987

Están bajo el cargo y administración únicamente los tres hermanos Merchán Luco, hasta la actualidad: Nicanor, Rita y Marina.

1995

Se digitaliza y pasa también a ofrecer sus servicios por medio del internet teniendo así un gran cambio y adaptándose a las nuevas tecnologías.

2019

Continúan con la distribución de información digital en su página web, [ww2.elmercurio.com.ec](http://ww2.elmercurio.com.ec), adaptándose a la nueva convergencia digital.

### **Línea editorial**

Siempre se ha caracterizado hasta el día de hoy por ser un diario independiente con fuertes críticas hacia la injusticia y denuncia que llegaban a los medios de comunicación, “hay que tener precauciones en la información y opinión, especialmente respecto a las fuentes y equilibrio de las partes cuando pueden suscitarse conflictos.” (El Mercurio, 2017)

A pesar de que en los últimos años muchos medios de comunicación han sufrido ataques por parte de la política pública, el medio no se ha visto involucrado en esta clase de problemas ya que siempre buscar la mayor imparcialidad posible el momento de difundir la información.

### **Secciones**

Actualmente en su página digital, El Mercurio, cuenta con varias viñetas de información especificada como lo son: Cuenca, Deportes, sucesos, austro, nacionales, mundo, cultura, farándula, opinión, negocios, defunciones y clasificados. Todos estos segmentos poseen la información que se ve publicada en el diario que se ofrece en físico diariamente, a excepciones de contenido que se lo sube minuto a minuto por medio de las redes sociales, las cuales están adjuntas en la página con enlaces directos. El uso de publicidad y algunos servicios a la comunidad son otra de las aportaciones positivas que mantiene en proceso al diario digital como los clasificados, estos se pueden ver de manera digital e impresa, también el servicio de defunciones y el tarifario para los respectivos espacios publicitarios.

Aparte de su edición distribuida diariamente, los fines de semana circulan dos suplementos: *Ellas y Ellos*, dedicado específicamente para la gente joven con todo el acontecimiento entre curiosidades y sugerencias; el segundo es un espacio para los niños llamado “El Mercurito” el cual ofrece distintas actividades de entreteniendo como juegos, cuentos, relatos, etc.

Actualmente se encuentra en diferentes plataformas digitales como lo es Twitter, Facebook, Instagram y Gmail. Cuenta con una amplia aceptación de seguidores convirtiéndolo como unos de los diarios más requeridos de la región y también de la ciudad.

## 2.4 La comunicación digitalizada

“En su definición más básica, la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro, tal como lo sentenció Lasswell (1936) hace más de 70 años: “quién dice qué a quién en qué medio y con qué efecto” (Bertoloti, 2009)

Pero cabe destacar que definir a la comunicación, es algo complicado por lo tanto nos basaremos en los modelos que conceptualizan eficazmente el significado de comunicación, propuesto por Richard West y Lynn H. Turner.

Modelo lineal de la comunicación: el científico de los laboratorios de Bell Claude Shannon y el profesor de Massachusetts Warren Webber, en 1949, definen este modelo como: Una fuente envía un mensaje a un receptor, que recibe el mensaje y todo este proceso tiene lugar en un canal. El receptor da sentido al mensaje y los canales son los sentidos: vista, oído, tacto y olfato. Existe el ruido, pero no aporta a la fuente de información. (West & Turner, 2006)



Fig 3 Modelo lineal de la comunicación. Fuente: [www.es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner](http://www.es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner)

Modelo Interaccional de la comunicación: la interacción es importante por lo tanto, Wibur Schramm en 1954 define que “la comunicación va en dos direcciones: de emisor a receptor y de receptor a emisor” (West & Turner, 2006)

En este modelo es importante el énfasis que se menciona sobre el feed-back, donde Schramm menciona que: “ayuda a los comunicadores a saber si su mensaje está siendo recibido o no, y la cantidad de significado que se alcanza” (West & Turner, 2006)

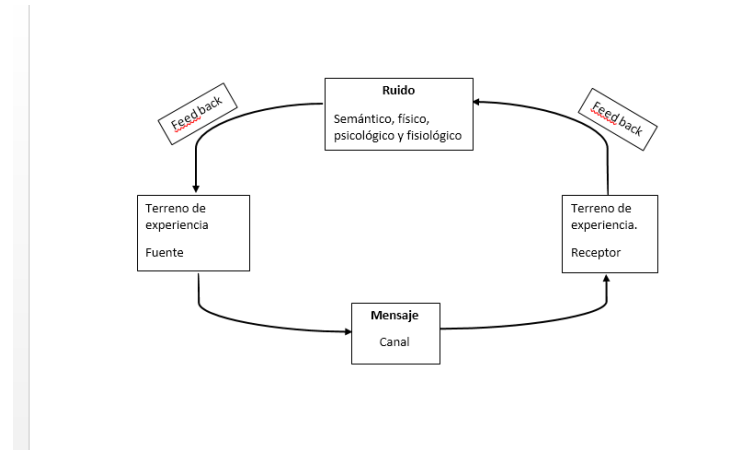


Fig 4 Modelo interaccional de la comunicación: Fuente: (West & Turner, 2006) <https://es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner>

Modelo Transaccional: propuesto por Bamlund en 1970 especifica la acción de este modelo como: “proceso cooperativo: el emisor y el receptor son mutuamente responsables del efecto y de la efectividad del mensaje” (West & Turner, 2006)

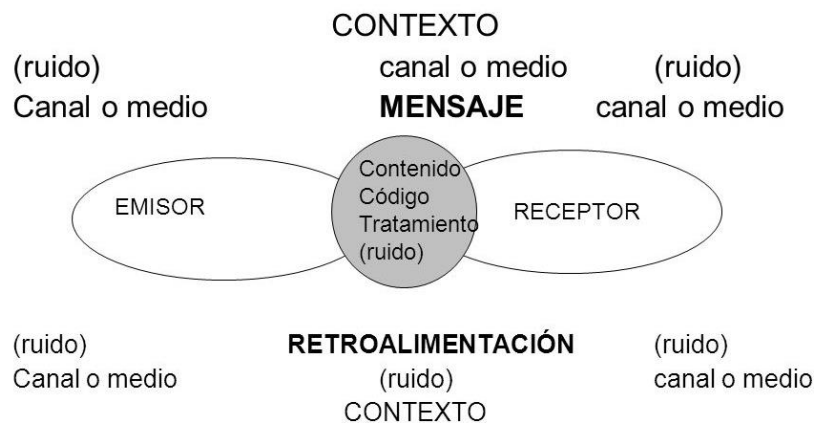


Fig 5 Modelo transaccional de la comunicación. Fuente: <https://slideplayer.es/slide/4187089/13/images/4/MODELO+TRANSACCIONAL+CONTEXTO+%28ruido%29+canal+o+m edio+%28ruido%29.jpg>

Fuente: (West & Turner, 2006)

Los modelos fueron establecidos por la movilidad de los usuarios en los medios tradicionales de comunicación, sin embargo desde los 90s se comenzó a dar indicios de los



“new media” como señala (Scolari, 2008) en sus libro hipermediaciones, quien nos da un indicio de los rasgos de los nuevos medios en la era digital y las variaciones que conlleva, citando a varios autores importantes:

*Tabla 1*

*Rasgos de los medios de la era digital*

De Kerhove(1997)	Lister et al.(2003)	Manovich(2001)	Bettetini (1996)
Hipertextualidad	Digitalización	Representación digital	Multimedialidad
Interactividad	Interactividad	Variabilidad	No secuencialidad
Virtualidad	Virtualidad	Transcodificación	Navegación
Conexión	Dispersión	Automatización	Hipertextualidad
Modularidad			

Autores analizados, separados por año y comparados por Carlos Scolari en su libro “Hipermediaciones”.

Fuente: (Scolari, 2008)

Y nos da también una especificación de cómo se separan los medios tradicionales con las nuevas formas de comunicación en la actualidad, tomando en cuenta los rasgos de la tabla antes mencionada.

- Transformación tecnológica (digitalización).
- Configuración muchos-a-muchos (reticularidad)
- Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad).
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad).
- Participación activa de los usuarios (interactividad). (Scolari, 2008)

Es evidente que las antiguas formas de comunicación se están adaptando a los nuevos conceptos que refiere la digitalización. Por lo tanto (Scolari, 2008) nos menciona que el contenido ahora es multimedia, el soporte las redes; la recepción de información, interactividad.

Tabla 2

*Comparación entre viejos medios y nuevos medios.*

Comunicación de masas (Viejos medios)	Comunicación digital interactiva (Nuevos medios)
Tecnología analógica	Tecnología digital
Difusión (uno- a- muchos)	Reticularidad(muchos- a- muchos)
Secuencialidad	Hipertextualidad
Monomedialidad	Multimedialidad
Pasividad	Interactividad

Especificadas de los viejos medios con los nuevos medios, comparado por Scolari en su libro Hipermediaciones.

Fuente: (Scolari, 2008)

#### **2.4.1 Evolución tecnológica en medios escritos: del papel a la red en Cuenca**

El gran cambio que asumieron principalmente los medios escritos, fue en demasía, ya que la incorporación tecnológica pretendía demostrar un nuevo enlace entre: usuario- medio- máquina; la inmediatez de información que se obtenía debía ser enlazada a los portales digitales de forma continua, entonces ese impacto definió otro tipo de público, aquellos que esperan informarse de manera rápida sin esperar al siguiente día para saber más. Este nuevo paradigma que rompió esquemas en los ámbitos de comunicación e información nos da otra perspectiva en lo que denominamos como “periodismo digital”. Con la inserción del internet en los hogares, aproximadamente por los años 90, los medios de comunicación específicamente los escritos, se plantean otra vía, lo cual supone la producción de contenido digital no solamente para generar más competitividad sino para el alcance que se obtiene llegando a diferentes partes del mundo. Según (RAE, 2018), Internet, es una: “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”

A nivel mundial podemos mencionar que el primer periódico digital, en 1994, fue el San José Mercury, dado que fue un hito importante, dentro de esta rama, porque tenía un costo elevado, consecuentemente en 1998 paso a ser gratuito. Cabe destacar que esto causó un antes y un después, consecuencia de esto varios diarios se sumaron a digitalizarse como “The Irish Times”, “Chicago Tribune”; los cuales decidieron sumergirse en el mundo del ciberespacio.



“En agosto de 1996 se contaban con más de 1.500 periódicos y revistas disponibles en línea, de los cuales 1.400 utilizaban la world wide web. De estos, 765 títulos eran estadounidenses (de los cuales casi 400 periódicos) a los que hay que añadir 123 títulos canadienses. Europa tenía en ese momento alrededor de 300 medios en línea, lo mismo que África, Asia y los estados árabes, aunque en menor cantidad. En agosto de 2001 había 8.783 en todo el mundo” (Rodríguez, 2014)

En el Ecuador el primer diario que fue principal en afianzarse digitalmente fue el “Diario Hoy” en el año de 1994. Desde ahí hasta la actualidad varios medios han tomado esa opción alternante a sus partes físicas, aunque en casos puntuales tenemos ejemplos de diarios o medios que nacieron digitalmente como: Plan V (Quito); Bendito Futbol (Quito), especializado en el ámbito deportivo; 4 pelagatos; entre otros. Quienes se encuentran informando desde la web.

“Fue el escritor de ciencia ficción (ciber ficción) William Gibson (1948) quien creó el concepto de ciberespacio en su novela Neuromante (1984) para designar el escenario espacial que existía al interior de las computadoras y sus interconexiones, y que ahora define el espacio antropológico de la red informática en donde todos los usuarios de la red informática al ingresar al ciberespacio nos convertimos en cibernautas, y que a su vez conformamos la ciber sociedad, caracterizada por sus formas alternativas de socialización para la apropiación social de las TIC, es así que el Ciberespacio es un elemento definidor del espacio virtual de relación entre los usuarios de Internet y de otras redes telemáticas o de computadoras” (Valdes & Cabrera, 2013)

Principalmente en la ciudad de Cuenca, donde los medios escritos eran aclamados por la ciudadanía, independientemente del status, ya que se sentían cómodos con la información que les brindan diariamente; pero surge otra necesidad ante la hibridación, renovación o innovación digital de otros medios como la radio, tv. Tanto El Mercurio como El Tiempo, plantean esa necesidad de alternar su distribución de información con un medio inmerso en la red.

“En la actualidad, los medios de comunicación que circulan bajo el sistema World Wide Web fusionan todas estas características e imprimen otras modalidades que los erigen como nuevos productos informativos de comunicación social” (Montiel, 2000)

Azuay:





Diario El Tiempo ([www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)),

Diario El Mercurio ([www.elmercurio.com.ec](http://www.elmercurio.com.ec))

Diario La Tarde ([www.latarde.com.ec](http://www.latarde.com.ec))

Desde un principio, con ejemplos específicos, como son los dos medios a tratar de Cuenca: El Mercurio y El Tiempo. Diarios que principalmente su enfoque ha sido por su parte impresa por la gran acogida y aceptación de la ciudadanía; los dos medios se enfocaron conceptuarse bajo premisas direccionadas hacia un bien común.

Por parte del Mercurio su lema fue y es: “alimentar el conocimiento del pueblo, con noticias veraces, independientes y directas. No establecerse o afiliarse a ningún partido político, económico o social”. Exponemos un fragmento que fue publicado en el primer editorial del Mercurio en 1924. (El Mercurio, 2017)

Mientras que El Tiempo asume como: “La actividad del periodista debe tender a la realización de la armonía social, mediante el imperio de la libertad y justicia, solidaridad y progreso”. En el año 1955 se funda el diario El Tiempo, bajo la tutela de Humberto Toral. (El Tiempo, 2017)

La parte digital de estos medios, surge ante dos necesidades, una como exponemos anteriormente, la hibridación de la radio o televisión; pero la más importante es la masiva emigración que tuvo en ese entonces, año 1999-2000, hacia varios territorios del mundo, la ciudadanía de la región centro sur del Ecuador.

Establecemos estos puntos porque la situación de contexto, más allá de aprovechar las facilidades tecnológicas, estos dos diarios eran la fuente de información de la región azuaya. Pues ante esa problemática, se ven en la obligación de aportar de otra forma su información sobre el acontecer cuencano o de sectores aledaños hacia un público internacional.

Otro punto en la cual la mayoría de los medios han pretendido expandir sus contenidos para los portales digitales, ha sido por el consumo masivo de la gente hacia lo tecnológico; en cambio por medio de estos dos ejemplares, se dio por la emigración de azuayos durante la crisis del feriado bancario, según la información de las respectivas plataformas digitales.

En base a eso, surge la investigación de periodistas de los medios de comunicación respectivos. Con varia información y datos reconocen que existen muchos cuencanos o del sector centro sur del país, que residen en el extranjero. Bajo esta causa, se plantea una nueva



ola de información donde aquel emigrante azuayo no quede exento del día a día de su región. Sin embargo, este no ha sido solamente el único punto a favor luego del cambio tecnológico, implantarse digitalmente les ha permitido recibir reportes no solo de ecuatorianos sino de extranjeros que por curiosidad han visitado el Diario. Han mencionado sugerencias positivas a su vez que muestran entusiasmo de conocer más de Cuenca y sus sectores aledaños, lugares donde se cubre la noticia. (Guillermo, 2018)

Varios de los medios digitales escritos de la ciudad, los principales como el Tiempo y El Mercurio, utilizan el recurso de traspasar lo que publican en el impreso a su página web, siendo esta compartida por sus redes sociales más populares, sin embargo, el concepto de cibermedio exige una lectura no lineal en base a noticias digitales, sino atribuye una total y libre navegabilidad del usuario, añadiendo extensiones de video, audio o hipervínculos. Siendo así lo que permitiría esa función. El uso de esas opciones que ofrece la digitalización supone un gran avance en lo que denominamos del papel a la red.

“Los Cibermedios no están diseñados primordialmente para una lectura consecutiva y lineal de sus contenidos, sino para su consulta libre y no lineal. Así pues, frente a un modelo que privilegia la lectura, cuyo paradigma podría ser el libro, en los Cibermedios triunfa un modelo que invita a la navegación, donde el cibernauta elige su propio itinerario hipertextual” (Salaverria & Sancho, 2007)

La gran acogida que tienen este tipo de medios, principalmente en la web se debe al gran impacto que produce la misma, dado que no es igual a como se lo hacía habitualmente. Se están iniciando nuevos procesos por la facilidad de recursos que poseemos a la mano para informarnos como el teléfono, la computadora mediante el acceso a internet por medio de una conexión wifi, 3g o 4g.

Está claro que se están adaptando nuevas formas, migraciones hacia lo digital, por el alto índice de acceso que posee la gente al uso de computadoras e internet. Que según el portal [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec): el país cuenta con un acceso al internet con un 36, 0%; en el área urbana con un 44,6% y en la rural con 16,4% y utilización del internet a nivel nacional con 55,6%. El 52, 4% mayor a 5 años con utilización de computadora y una edad estimada de 16 a 24 años con 78,9%.etc. Proponemos estas cifras que determinan el alto índice de inserción de las nuevas tecnologías dentro de los hogares a nivel nacional y en el Azuay contamos con un 59, 3% de utilización de computadora y 61,1% de internet; entonces esto supone una gran actividad para los nuevos usuarios y la innovación de los medios tradicionales a la red, como

se denomina a estos nuevos medios, como Cibermedios, aprovechando todas las facilidades y accesos que les brinda este gran espacio. (Inec, s.f)

Para determinar cómo son las cifras y estadísticas que se encuentran actualmente en estos dos diarios como lo son El Mercurio y El Tiempo, accederemos al portal “Similar Web” para demostrar la inserción de lo tecnológico.

Elmercurio.com se encuentra ubicado en el puesto 639 a nivel nacional y a nivel mundial en 164,966; también como comentamos cuenta con proporción lectora del extranjero de parte de Estados Unidos y Canadá con 3,39% y 2,36 % respectivamente.

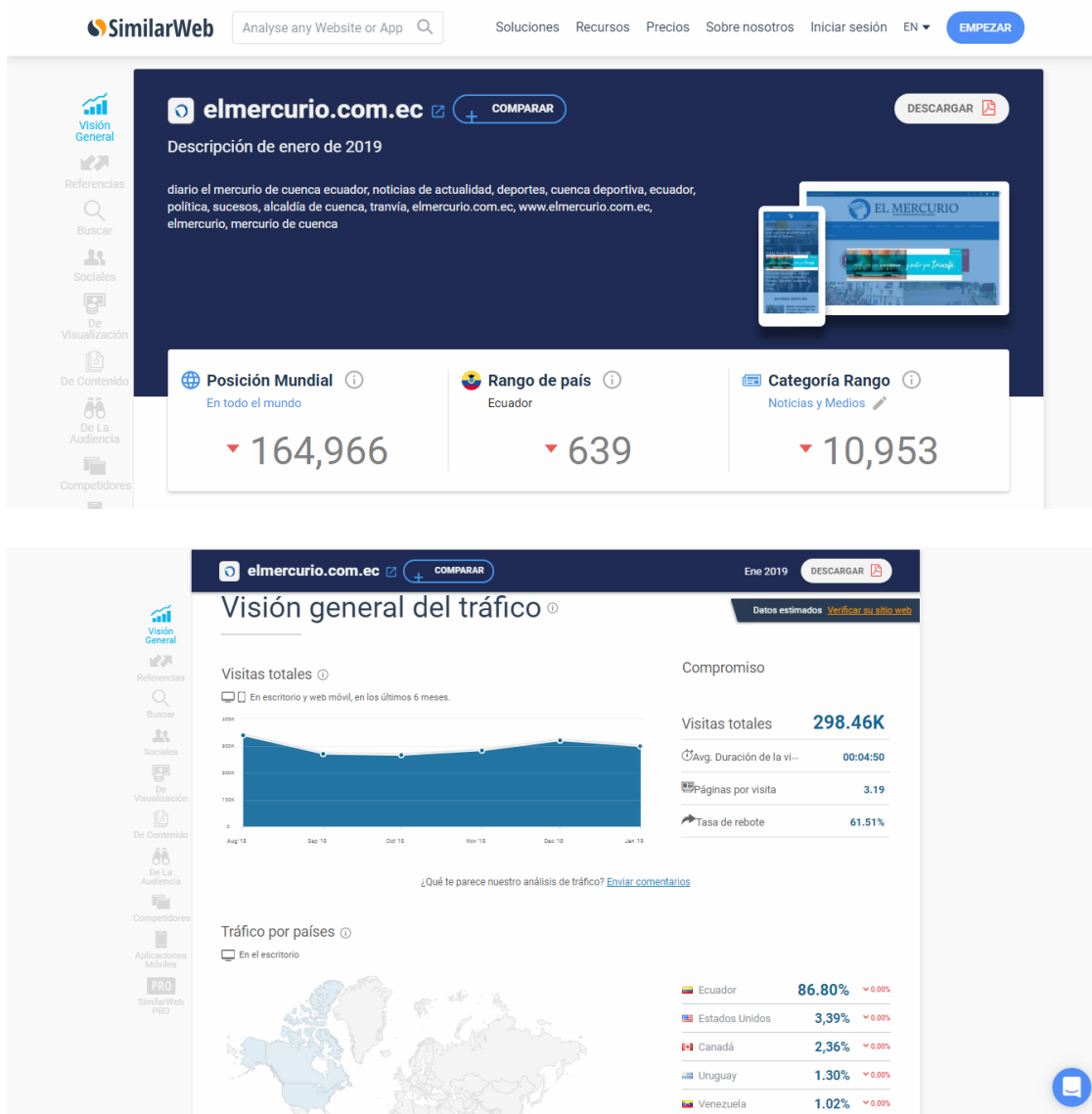


Fig 6 Análisis de Elmercurio.com.ec con similar web: <https://www.similarweb.com>

Aquí tenemos un sondeo establecido por el portal similar web, estableciendo visitas totales de 298,46 mil, en los últimos meses, específicamente en computadores y Smartphone, en los últimos 6 meses.

En cambio, diario Eltiempo.com, específicamente dentro de su portal digital, se encuentra más solicitado no solamente dentro del país, sino en otros sectores, igualmente por medio de similar web, nos demuestra datos que a nivel nacional está ubicado en el puesto 440, y seguimiento desde otros lugares como México, Estados Unidos, Colombia, España. A nivel mundial en el 123, 274, su principal motor de búsqueda es desde google.com, después desde su respectivo perfil de Facebook.

Estos datos, resultan importantes, ya que la plataforma digital del diario “El Tiempo” se encuentra distribuida de forma ordenada, anticipando todos los acontecimientos importantes para ponerlos en primera plana, por lo tanto, hace que los lectores se sientan atraídos, también se puede observar la hora de publicación que tuvo la noticia, en el pie de foto.

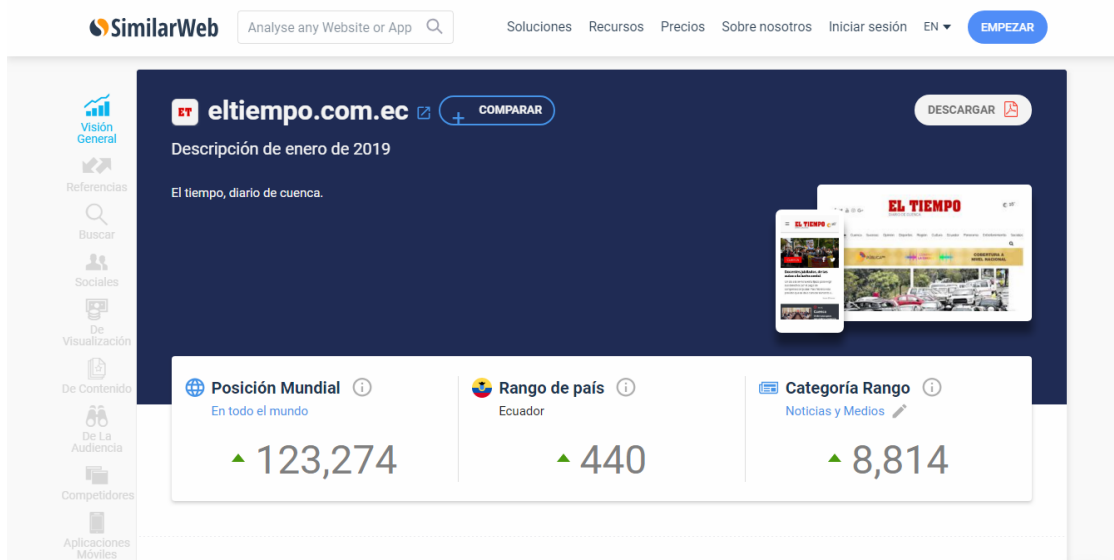




Fig 7 Análisis de Eltiempo.com.ec con similar web: <https://www.similarweb.com>

Mediante otras estadísticas se puede ver la acogida digital que posee, ubicándolo de mejor forma, a comparación con “El Mercurio”, con medio millón de visitas, y en la clasificación por país en un mejor puesto; cabe recalcar que estos datos son específicamente tomados desde un acceso tecnológico, es decir, se toma en cuenta si la visita se la hizo desde un ordenador de escritorio, laptop o teléfonos inteligentes.

Entonces, por lo tanto, se puede tomar evidencia de cómo están en cuanto a cifras se refiere, la incidencia de los portales digitales de estos dos medios, está claro que diferentes problemas económicos asumen un nuevo reto, la competitividad de otras formas de comunicación, la publicidad, etc.

#### 2.4.2 Principales diarios ecuatorianos inmersos en la web

Desde el primer periódico en el Ecuador, diario Hoy, en expandir su contenido a una plataforma digital (1994), se inició aquel proceso, por todo lo que conlleva presentar la información de una forma diferente. Podemos decir que la gran mayoría de medios de comunicación, no solamente escritos, se encuentran inmersos en la web; aprovechar de canales de video, audio e imágenes, distribuirlo en un solo formato, han supuesto un gran avance para determinar un punto de inflexión, en lo que refiere a lo comunicativo.



“El Universo” comienza a sumergirse en el mundo de la web, durante el año 1997, un año después comenzó “El Comercio” en el 98 conjuntamente con diario “La Hora”, entonces establecemos, solo estos ejemplos, sin mencionar que los principales medios de cada provincia del país, se encuentran con plataformas digitales; a diferencia también que en Ecuador lo digital han nacido medios netamente en este tópico, como lo son Ecuador inmediato, informateypunto.com, 4pelagatos, benditofutbol.com. Etcétera.

Al hablar de estos medios, como lo son El Universo, El Comercio y El Telégrafo, quienes son los más solicitados a nivel nacional por todo el recorrido que llevan como: experiencia, contundencia y veracidad de sus notas periodísticas.

Según el portal digital Alexa.com, pagina que se dedica a establecer estadísticas sobre el uso de las diversas páginas digitales más visitadas por diferentes categorías, país o región. Nos demuestra lo siguiente:

Diario El Comercio se encuentra como el más buscado por los ecuatorianos, seguido del Universo y por ultimo diario El Telégrafo. Esto depende también del grado de índice por el contexto o la coyuntura que tuvo dicho medio, estos datos se los analiza desde un motor de búsqueda, google; también por ejemplo se deriva de diferentes medios como: contrastación de fuentes, pues, al buscar el universo, consecuentemente se dirige a otro medio digital.

#### [Elcomercio.com](http://Elcomercio.com)

Búsqueda 75.3% en Ecuador

7,317 enlaces distribuidos en la página

Tiempo estimado de carga: 3.037 segundos

#### [Eluniverso.com](http://Eluniverso.com)

Búsqueda 72.1% en Ecuador



7,826. Enlaces distribuidos en la página

Tiempo estimado de carga 4.114 segundos

Eltelegrafo.com.ec

Búsqueda 54.6% en Ecuador

1.203 sitios enlazados distribuidos en la página

Tiempo estimado de carga: 1.903 segundos

Como podemos observar estos son los 3 medios escritos, más buscados, por lo menos durante el último tiempo, por los ecuatorianos. En ese orden, diario El Comercio es el más buscado, y se encuentra en el top 5 del país, de los sitios más visitados; cabe recalcar que estos medios también tienen incidencia en otros países, como Estados Unidos, México, Colombia, Perú, Colombia.

Pero en este caso las estadísticas están centradas en Ecuador, estos sitios tienen un alto índice de enlaces en sus páginas, que remiten a otra información, con canales asociados, o propios. “Alexa.com” también cuenta con detallar el tiempo en el cual un usuario visita y navega el sitio web, en los tres medios, nos establece un tiempo estimado de 10 minutos como mínimo, después de como se establece anteriormente, se dirigen a otros medios, a YouTube, a escuchar podcasts, etcétera.

Otro dato importante y a tomar en cuenta, es que tal vez, la falla dentro de cualquier plataforma digital ya sea dedicada al ámbito periodístico o no, el estar inmersos en la web exige tener mucho en cuenta ciertas características, dado que la gente tiene seguimiento de estas plataformas por la facilidad y rapidez en encontrar lo que busca, entonces necesita más fluidez y accesibilidad instantánea, es decir, dentro de estas estadísticas hemos propuesto analizar también el tiempo de carga de estas páginas, esto es independiente de la velocidad del internet que se posea, pues el portal que más rápido carga su contenido, es el diario El Telégrafo con un tiempo establecido de casi dos segundos, bastante rápido; mientras que El Universo y El Comercio se encuentran con un estimado alrededor de 4 segundos, lo cual según la página es una carga lenta o muy lenta para lo que se refiere, porque actualmente

existen paginas a nivel mundial que cargan en 0,50 segundos, de una forma inmediata. Cabe recalcar que lo que, si incide, de forma directa, se podría decir, es la incorporación de otras herramientas por ejemplo de video o de audio. Algunas páginas cargan videos muy pesados o tienden a poner música o radio en vivo enlazada a la página, por lo tanto, este es el índice por el cual la página tarda en cargar todo el contenido, porque se centra específicamente en estos recursos que generan más peso dentro de la página; también el exceso de imágenes, detalles, publicidad, etcétera.

#### 2.4.2.1 El Comercio (www.elcomercio.com.ec)

El sitio web de El Comercio, como mencionamos anteriormente comienza sus publicaciones digitales durante el año 1998, actualmente es el medio que es más solicitado a nivel nacional, siendo uno de los pioneros en lo que a contenido multimedia se refiere, pues todas las herramientas son aprovechadas por la magnitud que sugiere. Con la incorporación de infografías, encuestas en vivo mediante la plataforma de Facebook, con la facilidad de recibir interacciones de todo tipo, por esta página.





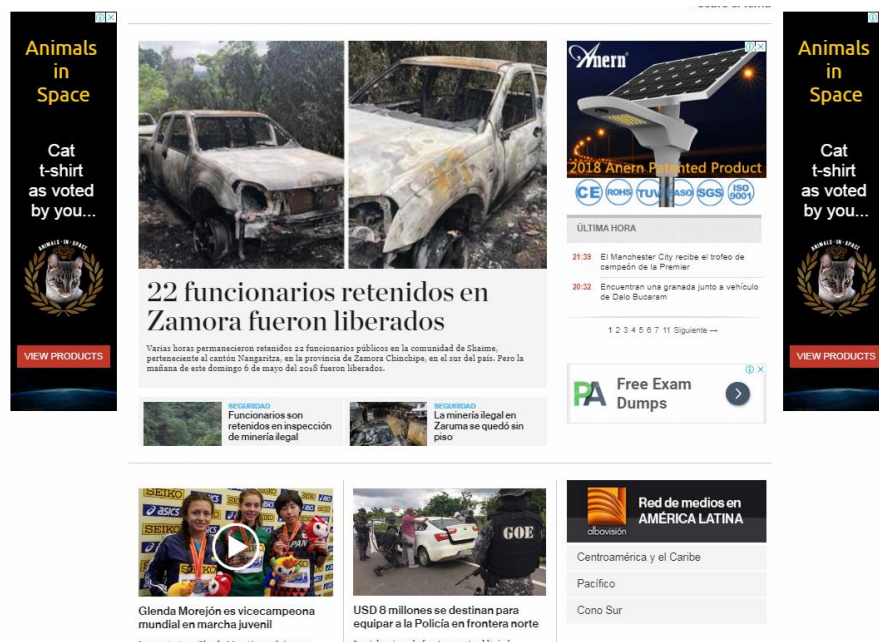


Fig 8 Portada de la página web de diario El Comercio. Fuente: [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)

Se encuentra en el puesto número 23 en el ranking de Ecuador y a nivel mundial en el puesto 7.720. Hasta el momento registra visitas mensuales de 11.16 millones, el último registro en febrero del 2019.

El diario a diferencia de otros principalmente en el país, se caracteriza por la continuidad e inserción de noticias variadas, adjuntadas con videos, imágenes, foto galerías, una sección de multimedia donde especifican incluso audios con información relevante, así que por lo tanto el acceso es diferente y con noticias relevantes y con la pertinencia adecuada.

Cuenta con diferentes secciones, las principales son: actualidad, tendencias, deportes, data, opinión, multimedia y blogs. Cada una con sus respectivos temas coyunturales, dependiendo del gran auge que tenga en ese momento cualquier tema de relevancia.

A través de otro portal que mide estadísticas generales de páginas digitales, similarweb.com, nos señala el total de visitas, promedio de duración, páginas por visita, y la clasificación del medio.

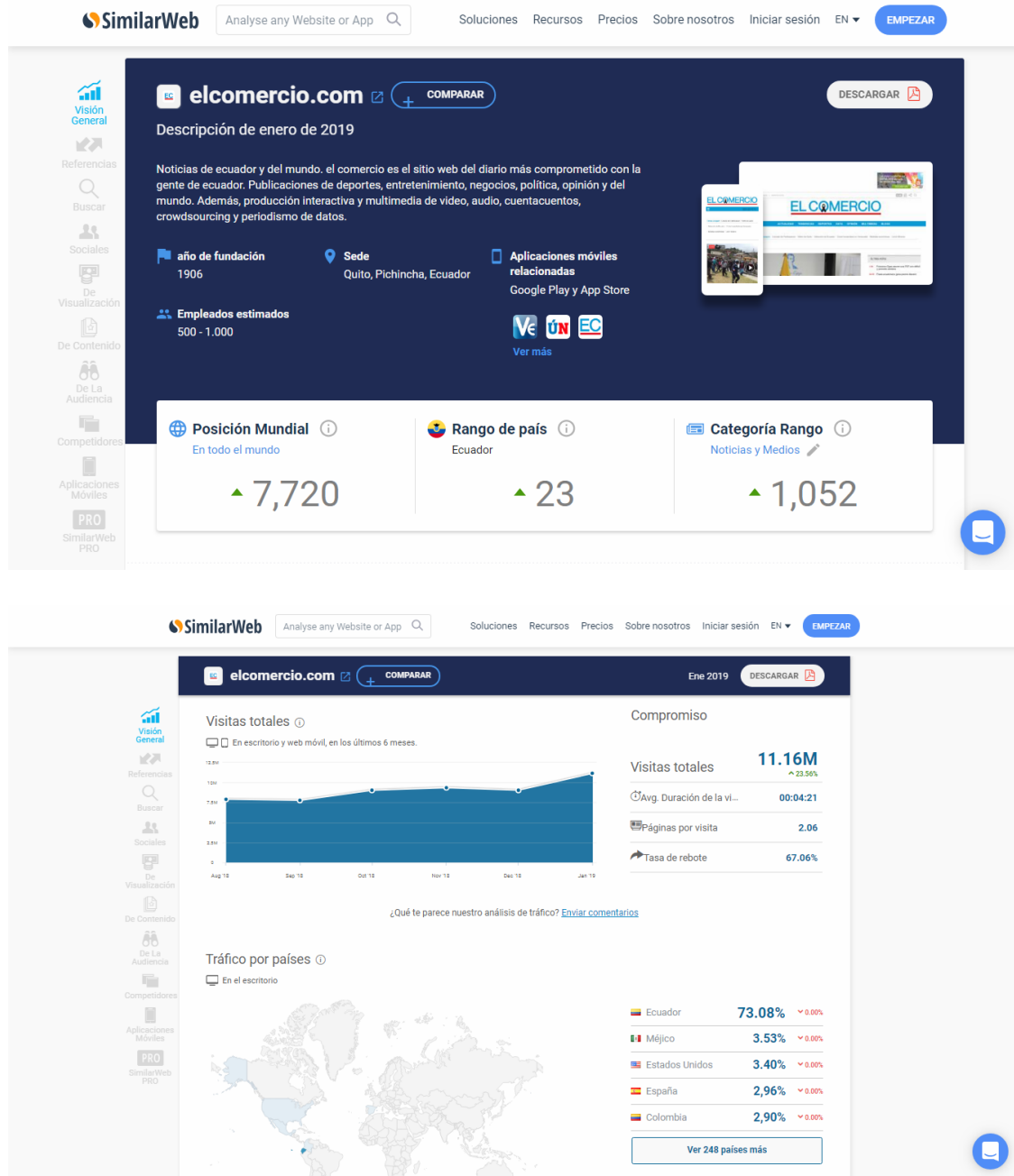


Fig 9 Análisis de elcomercio.com con similar web. Fuente: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com)

#### 2.4.2.2 El Universo ([www.eluniverso.com.ec](http://www.eluniverso.com.ec))

Este medio digital comenzó a funcionar dentro de la red, desde año 1997, es el más visitado conjuntamente con El Comercio, aunque este es el mayor diario a nivel nacional, por todos sus antecedentes dentro del acontecer ecuatoriano, dentro del aspecto físico, lanzan alrededor de 50. 000 ejemplares diarios, y la versión digital alcanzan una mayor aceptación dentro de los ecuatorianos. Con un 77.02 %

Según el portal similar web, en Ecuador se encuentra en el puesto 31, y a nivel global se ubican 10,768.

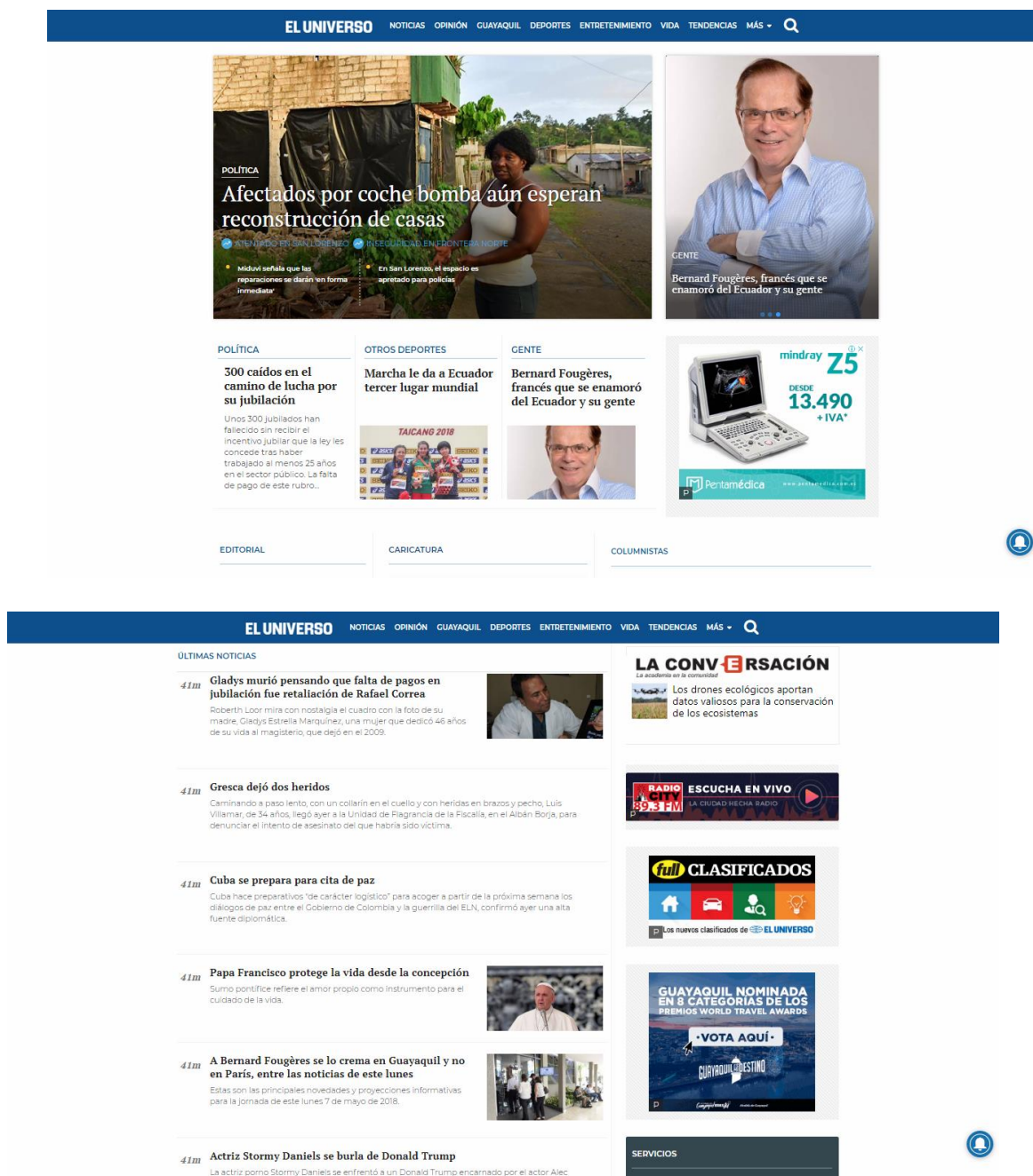


Fig 10 Portada de la página web de diario El Universo. Fuente: [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)

Este diario, generalmente gran parte de su contenido, se establece en lo que diariamente proporciona en sus ejemplares físicos, a diferencia de sus sectores multimedia con la especificación de videos o enlaces remitidos a otras páginas, por ejemplo, la incorporación de

publicidad o de las redes sociales. También poseen un sector de fotografías inducidas por cada tema relacionado, los foros, y cartas enviadas al director, como medio interactivo. El sitio cuenta con viñetas principales dentro de su página como lo son: noticias, opinión, Guayaquil, deportes, entretenimiento, vida y más (videos, foto galerías, clasificados y quiosco digital)

Según el portal similar web, demuestra otras características colocándolo en el puesto 31 a nivel de Ecuador, con un total de visitas de 7,09 millones.

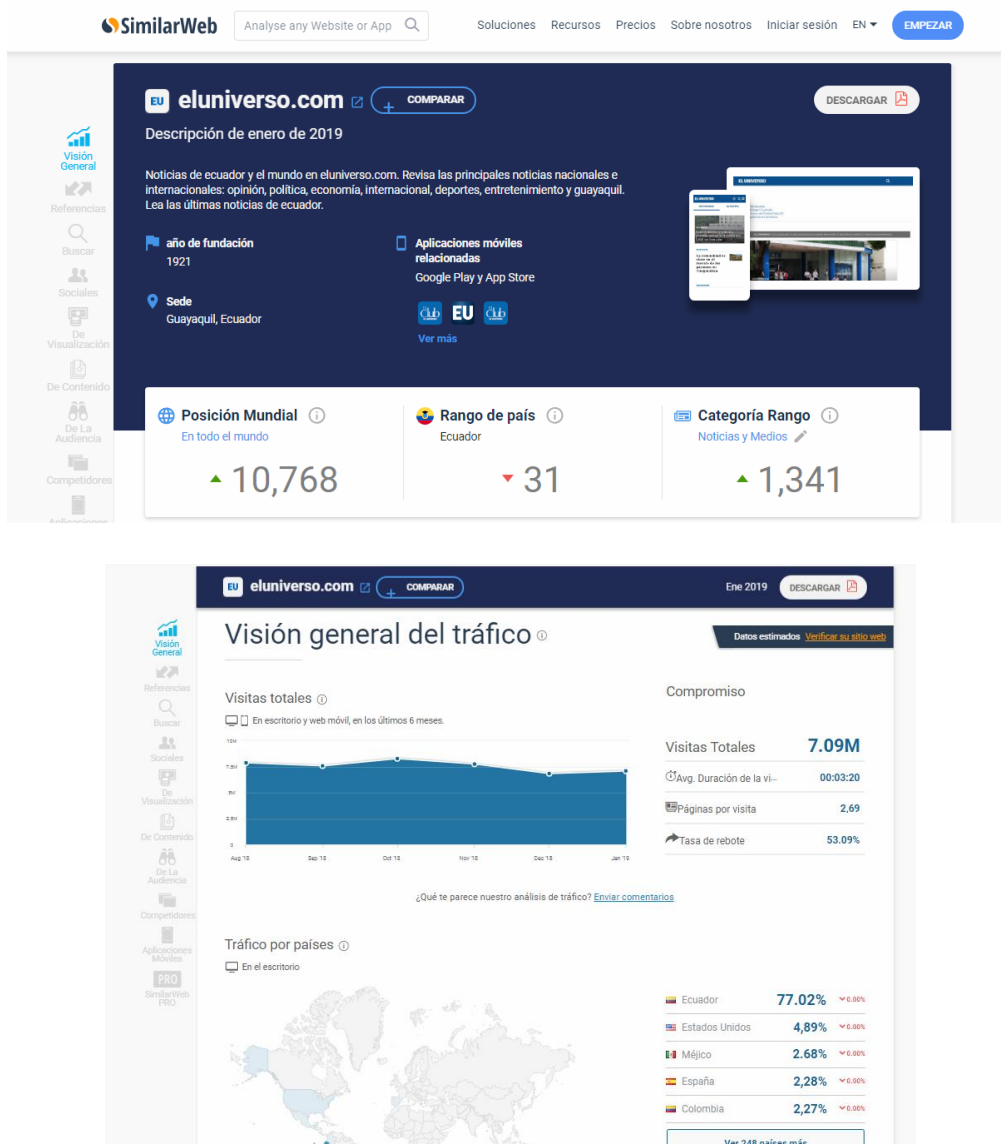


Fig 11 . Análisis de eluniverso.com con similar web. Fuente: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com)

### 2.4.2.3 El Telégrafo ([www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec))

Diario el telégrafo, inicia sus publicaciones en el aspecto digital desde el año 2006, es un medio con noticias varias e interactivas en toda temática, centrándose mucho en el aspecto político, cultural y turístico.

Según el portal “similar web”, se encuentra en el puesto 153 dentro del Ecuador, y a nivel mundial se ubica en 42, 209, después del país de origen, tiene dos más que suelen visitar este medio como lo son los países de Argentina y México.

Mantienen continuidad en sus publicaciones, sin embargo no poseen gran acogida como sus antecesores, como El Universo o El Comercio, se encuentra fuera de las 100 opciones de lo que más visita la gente dentro del país, sin embargo su información se distribuye de una forma agradable y no cansa al usuario además de todas las facilidades que brinda al usuario, tal vez esto se debe a que siempre es redistribuido desde otra página, alguien que busco por ejemplo el universo, encuentra como página común el telégrafo, entonces les quita ser el resultado principal.

Domingo, 6 de mayo de 2018 Siguenos:    

Ediciones impresas Manual de estilo Rss  Búsqueda

## el telégrafo

**Portada** Política Economía & Negocios Ideas & debates Fanático Sociedad Justicia Ecuador Reporte Mundial Arte/Cultura Revistas

### Conmoción e indignación por asesinato de una madre y su pequeño hijo en Loja

El juez de la Unidad Judicial de Delitos Flagrantes de Loja, Trosky Alberto Rodríguez León, ordenó la prisión preventiva y dio paso a la instrucción...

Publicada hace 12 horas



Luis Verdesoto habla de la politización de la justicia



Los funcionarios retenidos en operativo contra minería



Plata global para Ecuador en los 10K de Taicang

#### ÚLTIMAS NOTICIAS

- 21:00** Plata global para Ecuador en los 10K de Taicang
- 19:23** A granada hallada junto a vehículo de Dalo Bucaram le faltaban piezas
- 19:00** 153 mujeres y 260 hombres iniciaron curso de formación de policías en Manabí
- 18:46** Sujetos usaban Tinder para extorsionar a mujer
- 18:12** Presunto asesino de madre e hijo en Loja "se caracterizaba por ser violento"
- 17:29** Suspenden clases en escuelas de municipios de El Salvador por enjambre sísmico
- 17:29** El Flamengo afianza su liderato en el regreso de Paolo Guerrero



ESTAR BIEN INFORMADO  
TIENE MÁS DE UN BENEFICIO

SUSCRÍBETE  
por solo  
**\$13,90/mes**

Y OBTÉN DESCUENTOS ESPECIALES CON  
NUESTROS SOCIOS ESTRATÉGICOS



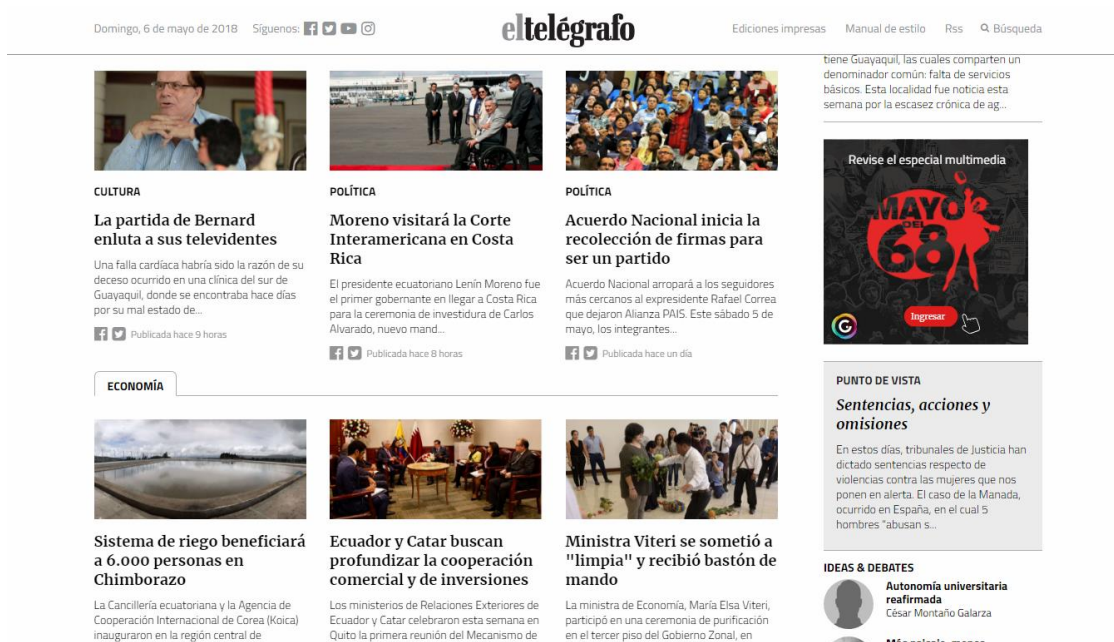


Fig 12 Portada de la página web de diario El Telégrafo: [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec)

El diario en su portal digital se encuentra distribuido de la siguiente forma con secciones como: portada, política, economía & negocios, ideas & debates, fanático, sociedad, justicia, ecuador, reporte mundial, arte/cultura y revistas.

La gran parte de su contenido es informativo, se lo conoce también como el decano de la prensa nacional, dan gran parte y apertura a la opinión sobre los temas en cuanto a política, economía o temas relevantes que se suscitan durante el momento, aunque cabe recalcar que su contenido multimedia es importante dentro de su plataforma, dado que tratan temas de una forma interactiva con los temas anteriormente mencionados, añadiendo cultura, deportes, turismo e historia, todo este contenido se encuentra habilitado y dispuesto para la gente en un portafolio donde se puede visualizar entrevistas, fotografías, encuestas interactivas.

A su vez poseen como cuadernillos de información o revistas como: más o menos, cartón piedra, de 7 en 7, que también tienen su espacio en el portal digital; un punto importante es también el acceso a descarga de documentos PDF sobre mapas, libros o cosas de interés.

Según otras estadísticas propuestas por la página, similar web, nos muestra las diferentes opciones acerca del telégrafo ubicándolo como 153 en el país y con visitas totales de 2.04 millones.

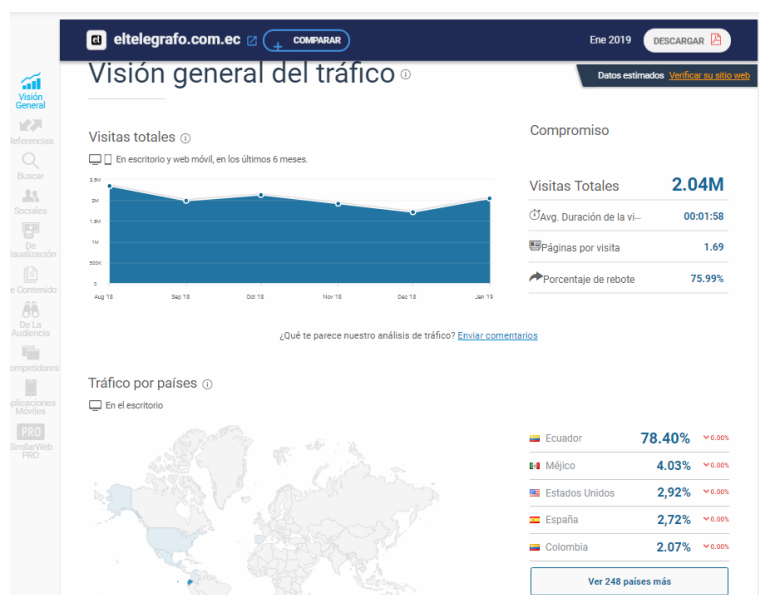


Fig 13 Análisis de eltelegrafo.com.ec. Fuente: www.similarweb.com



## CAPÍTULO III

### 3. Marco teórico

#### 3.1 Los cibermedios.

“La visión utópica del progreso se caracteriza por un milenarismo concebido en un movimiento progresivo hacia su concreción final [...] La actual propaganda implica que las mejoras tecnológicas dentro de la sociedad de la información conducirán a un estado de perfección donde todos los deseos de los consumidores serán satisfechos”\_(Scolari, 2008)

En la actualidad existen diversos conceptos o atribuciones que se le dan a los medios de comunicación que circulan bajo el sistema World Wide Web (Red Informática mundial): como periódicos electrónicos, interactivos; radios o tv online; podcasts, etcétera. Pero puntualmente más conocidos como Cibermedios, lo cual no es nada más que la adaptación de un medio comunicativo a la red digital o aquel que emerge en la misma y se mantiene, es decir comunicar todos los contenidos desde una estructura tecnológica, esto conlleva inmediatez de información, movimientos de imagen, enlazar videos como opción a los textos, esta estrategia generalmente adaptada por los periódicos.

“Internet, al introducir tantas transformaciones comunicativas, está generando unos Cibermedios en los que surgen otros modelos de comunicación basados en procesos interactivos, otras modalidades informativas, otros modos de narrar los datos, los hechos, las ideas y opiniones, otros recursos expresivos que superan la integración audio-escrito-visual de los medios anteriores hasta constituir un lenguaje multimedia” (Cebrian, 2009)

Al hablar de Cibermedios se puede especificar tres modalidades que nos sugiere este concepto de (Cebrian, 2009): Matriciales, nativos y sociales.

Los matriciales son aquellos que tienen un pasado en papel, por ejemplo, un diario o revista que sus publicaciones eran solamente impresas, desarrollan una evolución desde su matriz hasta llegar a las plataformas digitales.

Los nativos son aquellos que nacen específicamente durante el auge del internet, sin ninguna atribución matricial como en la anterior etapa, que ya conllevan como concepto medio tradicional.





Y por último los sociales, que se definen como aquellas que determinan un intercambio de información directa entre las personas o grupos, sin la necesidad de la intervención de las empresas que controlan tanto los medios tradicionales como los Cibermedios. (Cebrian, 2009)

Cabe destacar que la principal opción de estos nuevos medios, es la interactividad; jugar con otros tipos de formatos, creatividad y proyección que a su vez proporcionaran un nuevo modo, atrayente para el usuario digital. Específicamente en el periodismo en la actualidad ya que se cambia la concepción de lo tradicional, es decir mantener de forma directa el feed-back (retroalimentación) con los usuarios.

También nos sugiere otros términos como hipertextualidad, que se conoce como la conexión de información o fuentes por medio de enlaces asociativos; también navegación, que es el desplazamiento a través de una red informática. Es decir, desde este concepto de Cibermedios, nos remonta a diferentes aspectos que juegan a la hora de establecernos en la era digital, específicamente hablando de medios. Tener claros estos términos es importante dado que cada vez más ahondan en el nuevo tipo de información, entonces sugiere una adaptabilidad tanto en teoría como en práctica, para el correcto devenir en las nuevas plataformas. Estos nuevos medios de comunicación con otro tipo de estructuras informativas, especifican un gran alcance, pues los tres elementos principales dentro de los Cibermedios son: contenidos, comunicaciones y computación.

Lo que hoy conocemos como medios electrónicos, no es más que la definición que se ha obtenido dentro de este gran juego de palabras, pues es la consecución de información instantánea, oportuna, clara y veraz, que llega cada vez más a un público más lejano por medio de esta red, que la conocemos como Internet.

Según la (RAE, 2018), define al internet como la red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

Históricamente el término medio de comunicación ha sido atribuido solamente al proceso de producción de mensajes pertenecientes a una infraestructura que determina los contenidos, ya sea esta radio, televisión o periódico. En la actualidad el paradigma se modifica, por la innovación tecnológica que rige dentro de estos medios tradicionales, tal innovación hace que estos productos se modifiquen, alternen o adapten los contenidos propuestos a un nuevo formato, en lo cual se establece el termino multimedia: distribución de información en un solo



soporte, es decir, publicaciones con contenido combinado de imagen, texto, video, enlaces, etc.

“Las denominaciones en esta materia son diversas: medios interactivos multimedios, periódicos electrónicos, medios on line, tinta digital, tinta sin papel, entre otros. Lo que no cabe duda es que esta nueva forma de comunicación está acabando con la idea de que la información escrita es la referencia inevitable en cualquier proceso de comunicación” (Fernandez, 1997)

Durante el siglo XX, se atribuye en base a varios autores, que lo tecnológico va a ser lo primordial para la gente a la hora de informarse, ya que estos figuraran en la vida cotidiana de los ciudadanos. No cabe duda que hay un crecimiento desmesurado de los medios electrónicos, ya sea medios que migraron a lo digital o los que nacieron en pleno auge de lo tecnológico.

“En 1982, solo existía dos medios en línea con caracteres de texto en bbs, este era como una terminal en la cual un usuario podía conectarse al sistema con un programa específico, accesible solamente con llamadas locales; mientras en el 95 ya existían más de 200, en el 97 más de 780, y hasta la fecha se calcula un aproximado de más de 2000 periódicos en línea” (Piscitelli, 1997)

### **3.2 Las aplicaciones y herramientas digitales, facilidad y accesibilidad.**

Las aplicaciones y herramientas digitales, han sido primordiales en cuanto a posteo, distribución y cobertura en el ámbito informativo comunicativo dentro de los medios de comunicación masivos, pues estas inciden directamente en el nuevo usuario. Esta relación (usuario-maquina-medio), ha permitido enlazar directamente, sugiriéndonos un término muy utilizado dentro de este nuevo modelo, la interactividad, de esta derivan a su vez la facilidad y accesibilidad que produce el mantener los contenidos en diferentes plataformas, como lo hacen la mayoría de medios como la BBC, The New York times, RT. Medios quienes producen información continua con etiquetas y enlaces redirigidos a su página principal, porque cabe destacar que donde más se produce la interacción y donde más se enfocan actualmente, independientemente si son medios de comunicación o no, son las redes sociales, por todo el contacto que produce de forma personal; pues estas redes o herramientas utilizadas por periodistas les produce mayor acceso, facilidad en publicación y consumo de contenidos.



El teléfono es el primer dispositivo en convertirse en parte primordial para todo ser humano en la actualidad, ya sea para: trabajo, ocio, información o contacto personal.

Miles de usuarios ya no utilizan formatos tradicionales, sino que entran por sus plataformas digitales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, etcétera). Entonces en base a un seguimiento por estas redes podemos determinar que busca la gente, que le interesa, así el medio será el encargado de elaborar contenidos que sean de interés común para los seguidores.

Existen varios procesos para monitorear lo que a la audiencia le parece atractivo: ¿De qué se está hablando? ¿Cuáles son los temas de relevancia en su momento? Encontrar fuentes incluso con videos y fotos, por lo tanto estas herramientas que nos presenta (Crucianelli, 2013) permiten especificarnos y establecer medidas en cuanto a contenidos que debería producir un medio.

- 1- Who'sTalkin ([www.whostalkin.com](http://www.whostalkin.com)): Permite buscar en diferentes blogs, servicios de noticias y distintas redes sociales agrupadas en una columna ubicada a la izquierda.
- 2- Socialmention ([www.socialmention.com](http://www.socialmention.com)): Busca en blogs, Twitter, marcadores sociales, comentarios, imágenes, videos, noticias e incluso audios.
- 3- Social Buzz ([www.social-searcher.com/social-buzz/#](http://www.social-searcher.com/social-buzz/#)): Busca en Twitter, Google Plus, Facebook y LinkedIn.
- 4- Twitterfall ([www.twitterfall.com](http://www.twitterfall.com)): En la columna de la izquierda de añade un criterio de búsqueda, por ejemplo, una ciudad y, automáticamente, por efecto tipo 'cascada' aparecen todos los mensajes en los que se mencionan el término indicado en la búsqueda. (Crucianelli, 2013)

Herramientas que ayudan en la labor de los periodistas digitales, nos menciona la autora Sandra Crucianelli:

1. Dropbox ([www.dropbox.com](http://www.dropbox.com)): Permite almacenar archivos y consultarlos desde computadoras, teléfonos o Tablet. El usuario puede compartir y definir los niveles de privacidad. Requiere descarga de la aplicación en computadoras.



2. Zoho ([www.zoho.com](http://www.zoho.com)): Opera como escritorio remoto y permite gestionar cualquier tipo de formatos. Es uno de los más completos servicios de productividad en línea y reúne más de 20 aplicaciones que requieren previo registro. El escritorio remoto ([www.zoho.com/assist](http://www.zoho.com/assist)) es la aplicación más versátil de todas: la versión gratuita ofrece hasta cinco sesiones por mes, de dos horas.
3. ShowDocument ([www.showdocument.com](http://www.showdocument.com)): Permite compartir archivos en varios formatos, incluso videos de YouTube y mapas de Google Maps. Permite compartir documentos gratuitamente, pero tiene una versión paga con aplicaciones para video y audio.
4. Issuu (<http://issuu.com/>): Sigue siendo una de las mejores herramientas en su tipo. Se trata de una plataforma para publicar y compartir documentos que adquieren vista de libros electrónicos, catálogos, reportes, etc. Posee un editor digital muy sofisticado que lo convierte en el elegido a la hora de crear un e-book sin demasiados conocimientos previos en la materia.
5. Docstoc ([www.docstoc.com](http://www.docstoc.com)): Permite publicar y compartir documentos, pero además facilita la venta de estos a los usuarios que lo deseen. Se puede categorizar el contenido por tema.
6. ViewDocsOnline ([www.viewdocsonline.com](http://www.viewdocsonline.com)): Básico y sencillo, permite subir documentos desde el disco duro o desde una URL, permitiendo compartirlos con todo el mundo o ciertos usuarios. Además, ofrece la función de convertir otros formatos al PDF. La novedad es que ahora es posible hacerlo desde la cuenta de Facebook.
7. Calaméo ([es.calameo.com](http://es.calameo.com)): Permite publicar documentos desde cualquier dispositivo. Ofrece distintos diseños y un botón de acceso –‘Leer la publicación’–, así como un enlace para compartir y un código de inserción. Sirve para diarios y libros. Está integrado a redes sociales como Facebook y Twitter, por lo que es muy sencillo postear a estas desde el sitio. (Crucianelli, 2013)

Estas son algunas de las herramientas que podrían establecer y marcar un antes y después para el nuevo periodista que se sumerge en lo digital, puede solucionar sus problemas, contrastar fuentes, organizar los contenidos de una mejor forma para la posterior publicación, etc. Estas son algunas de las necesarias herramientas para la elaboración e inmediatez que sugiere la digitalización, el correcto uso de las mismas, permitirá un gran balance para el medio de comunicación y para el periodista.



### **3.3 Características de los principales medios digitales.**

La interactividad, el hipertexto y el uso de la multimedialidad para las responsabilidades de información y comunicación, resultan importantes tanto para la construcción, tratamiento o cobertura; siendo estos puntos claves para que el seguimiento sea continuo por parte de la sociedad y que adopte como principal fuente de información, alguna plataforma digital, por todos esos puntos positivos que se enlazan y atraen al lector.

No cabe duda que desde la aparición de estas opciones o herramientas ha significado mucho para el periodismo, por todo lo que conlleva, mostrar de una forma diferente los contenidos que por ejemplo se lo hacía tan lineal y repetitivo, sin mucho seguimiento. Ahora con la digitalización permite complementar los textos con otras opciones, etcétera. Esto ha aumentado el vínculo entre usuario y medio, evidentemente siempre ha existido interacción, pero cabe recalcar que desde un inicio siempre ha sido de forma pasiva, sin ninguna retroalimentación, donde por ejemplo la interacción no se percibía, las únicas muestras eran alguna queja que se establecía en algún espacio por ejemplo del periódico o algún programa radial o televisivo. Ahora existe una homogeneidad entre en el que da y recibe el mensaje, siendo casi de forma instantánea y rápida.

“Los Cibermedios emergen en la última década del siglo XX como producto del desarrollo de innovación tecnológica en el área de telecomunicaciones y abren espacio para una nueva realidad social sustentada en la sociedad de la información que deja atrás a los medios tradicionales. Ellos proporcionan y facilitan estructuras informativas novedosas adaptadas a las nuevas características de la sociedad” (Montiel, 2000)

Ante estas características no resulta para nada extraño la empatía que genera, más que todo por la facilidad en acceso y fluidez de información que producen estos nuevos procesos de comunicación, especialmente para los jóvenes, quienes han ido desarrollando una nueva forma de captar las cosas, en este caso los contenidos establecidos por un medio. Antes era necesario solamente un enganche que incite al lector, a seguirte, por medio de un buen “lead”, ahora además de esto es necesario complementarlo con imágenes, videos, enlaces en los textos que nos remitan a más información. Entonces se plantea también como un reto para el periodista contemporáneo, quien deberá convertirse en todo terreno, con facilidad de uso con herramientas como edición visual, textual, sonora, incorporación de nuevas técnicas para



atraer como la incorporación de un título más grande, con una imagen; o simplemente alguna infografía didáctica, etcétera.

“En el Ecuador según datos del INEC, Facebook es la red social y aplicación para comunicación más utilizada en el Ecuador, ya sea para el ocio o para informarse, con un 97.9%, seguida de whatsapp con 33% y twitter con 20%”. (El Comercio, 2015)

### **Interactividad**

Los tiempos donde aquel lector de un periódico o una revista, recibía la información de una forma pasiva o sin ninguna capacidad por expresar sus sentimientos, emociones de lo que estaba leyendo, en la actualidad están quedando obsoletos. Por toda la cuestión que infiere la interactividad, hoy por todas las opciones que nos ofrece las plataformas digitales, el receptor tiene voz y voto, en la publicación que lee, por ejemplo especificándonos en la distribución de información de los dos medios centrales que estamos observando como lo son El Mercurio y El Tiempo, ellos poseen su respectiva página principal, es decir su periódico digital, pero no es solamente esa opción que ofrecen al público, sino que las publicaciones se distribuyen en sus respectivas redes sociales, es ahí donde reciben gran parte de la interacción de usuarios, esto como gran iniciativa que reside en el término feed back o retroalimentación, que esto refleja la posición de opinión y crítica que posee tanto el medio y a su vez percibir la proyección así que es lo que prefiere la audiencia de aquel medio, para así establecer y dar más relevancia a sus publicaciones.

“El concepto de interactividad puede asumir diferentes sentidos. A veces la interactividad es una respuesta pre-programada dentro de un sistema; en ese caso el mensaje que recibimos hace referencia al inmediatamente anterior o a una serie de mensajes intercambiados antes. Hay interactividad en las comunicaciones sujeto-sujeto, pero también en los intercambios entre un sujeto y un dispositivo tecnológico. En este segundo ejemplo la interactividad se desarrolla en la interfaz, que se podría definir como el lugar de la interacción”. (Scolari, 2008)

Hay que establecer la posición del lector, como lo señala Scolari, definir el lugar de interacción, es decir, evidentemente cual es el epicentro donde más aglomeración de contenido y más uso se tiene en la actualidad, las redes sociales es el lugar indicado, porque son el lugar donde fluye casi todo, desde noticias elaboradas por fan pages de los principales medios del mundo o la publicidad, está claro que este es lugar donde los principales



periódicos y revistas han puesto su atención por acoger a más público y expandir sus fronteras.

Por lo tanto, miles de usuarios, miles de perfiles de medios al publicar una noticia, que este en auge y dado el seguimiento de la página, puede significar interacción de otra, es decir, el medio lo publica, recibe interacción de un usuario y este a su vez, recibe interacción de otra, tal y como lo señala Scolari, una serie de mensajes; entonces de esto se genera el debate, la opinión pública, solo por una red social, específicamente las más utilizadas como lo son Facebook y twitter, cada una con su característica diferente y principal, estas como intermediarias, obviamente. Ya que solamente una publicación puede desencadenar en gran seguimiento, decenas de comentarios y el nivel de difusión puede incluso influir en las editoriales de cada medio, ya que con esto decidirán cual será el tema principal a tratar, que es lo que está siendo más relevante durante el momento.

“La interactividad consiste, en cambio, en la imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico, que contemple como su objetivo principal o colateral también la función de comunicación con un usuario o entre varios usuario”. (Bettetini & Colombo, 1995)

Características de los medios interactivos propuestos por Bettetini y Colombo en su libro nuevas tecnologías de la comunicación:

Pluridireccionalidad de deslizamiento de las informaciones, el papel activo del usuario en la selección de informaciones requeridas al articulador ritmo de la comunicación

Dialogo: hombre- máquina, que haga posible la producción de objetos textuales nuevos, no completamente previsibles a priori. (Bettetini & Colombo, 1995)

### **Multimedialidad**

El termino multimedia, según la (RAE, 2018):

“Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en latransmisión de una información” por ejemplo en el caso de los medios escritos, tratar de contar una historia con los diferentes aspectos visuales y sonoros que brinden otra proyección hacia el usuario, esto a su vez evidencia la capacidad del hombre para generar nuevos formatos de distribución de contenido e información.



“Todo puede ser reducido a una masa de ceros y unos. Un bit es un bit es un bit. En este marco tecnológico el producto cultural es diseñado para ofrecer un sistema integral a sus audiencias, un paquete textual que abarca todos los medios y lenguajes imaginables (largometraje, tráiler, videojuego, serie televisiva, tipografía, diseño gráfico, música, etcétera)”. (Scolari, 2008)

La multimedia realza la experiencia del usuario, donde puede interactuar con diferentes textualidades complejas donde existen y combinan diferentes lenguajes y medios.

En su libro hipermediaciones, (Scolari, 2008) asume que el término multimedia ha dejado 4 dimensiones que se tomarían en cuenta:

1. Empresarial: diversificación mediática dentro de un mismo grupo de comunicación
2. Tecnológica: transformaciones en los procesos de producción informativa
3. Profesional: transformaciones del rol del periodista
4. Comunicativa: hibridaciones semióticas que se verifican en las nuevas narrativas multimedia.

Salaverria nos da una definición más específica sobre lo que significa la multimedia: “Combina dos herencias genéticas: la del diseño impreso (periódicos y revistas) y la del diseño audiovisual (televisión y videojuegos). Mediante esa integración de lenguajes, explora las posibilidades de componer piezas periodísticas con textos, imágenes, sonidos y vídeos” (Salaverria & Sancho, 2007)

### **Hipertextualidad**

La herramienta de hipertextualidad es algo que supone un punto de inflexión dentro del periodismo digital y una ventaja que supone sobre los medios impresos. “Consiste en una organización modular de los distintos nodos interconectados que componen cada información en particular, y el cibermedio en su totalidad” (Salaverria & Sancho, 2007)

Según la (RAE, 2018), define al hipertexto como: “el conjunto de textos, gráficos, etc. Unidos entre sí por enlaces y conexiones lógicas”

Esta es una función muy utilizada dentro de cada medio como radio, tv, prensa, obviamente dentro de sus plataformas digitales, porque supone una expansión de la información que generalmente se establece en cada publicación, es decir, cada medio y periodista tiene su función de generar un enlace externo, esta estrategia, la podemos observar claramente en los medios impresos como “El Mercurio” y “El Tiempo”, ya que estos son





tomados en cuenta para su correspondiente análisis, en definitiva, esta estrategia se la utiliza como enganche, se brinda un poco de información, independientemente de la red social, no como twitter que son 280 caracteres, y es la plataforma donde más se utiliza esta técnica.

Se pretende publicar un texto corto, como un lead informativo, con una imagen de fondo y con el enlace correspondiente para ver más ¿esto que supone? Como hemos mencionado anteriormente esto se utiliza en las redes sociales, porque es el lugar donde hay más proporción de gente, entonces este enlace nos remite a la información que se publicó principalmente en el diario digital, no en redes anexas como lo son Facebook, twitter, Instagram. Se genera más audiencia dentro de la plataforma madre, esta a su vez expande información con alguna cadena aliada y así consecuentemente.

Cabe recalcar también que es de responsabilidad propia, adjuntar los enlaces de una publicación por parte de un periodista, ya que debido a la estructuración y complejidad que la misma exige puede desencadenar en otras. Es decir, configurar enlaces que enriquezcan la nota periodística que sea útil y que el lector que sigue dicha publicación, cierto enlace lo desvíe el tema, con otras cosas sin importancia. Al contrario, si pretende utilizar datos, conceptos información que genere atracción en el lector, conseguirá engancharlo de forma rápida.

Orihuela: sobre la hipertextualidad señala que es “es una de las condiciones necesarias de la interactividad: un texto con bifurcaciones exige que el usuario tome decisiones para que la narrativa y, eventualmente, el sentido, comparezcan en un enunciado digital” (Orihuela, 2011)

Generalmente los medios hacen uso de los hipertextos, en dos formas:

Dentro de sus notas publicadas dentro de la página, donde se puede diferenciar el color y el subrayado de una palabra o título. La utilización de esta opción nos permite remitir a una información anexa o exenta a nuestro sitio web; otra forma muy común es hacer uso de los hipertextos en las redes sociales como enlaces para que dirijan a la página web principal.

“Esta herramienta permite clasificar las temáticas que se abordaran en una página web o blog a través de viñetas que sugieren contenidos y a las cuales se acceden con dar clic. En este ámbito la hipertextualidad permite crear los menús de una página web o blog para profundizar sus contextos y panoramas informativos y narrativos” (Reinoso, 2016)

Esto se puede concebir como aquella que permite abarcar y ampliar el contenido informativo para el lector con diferentes enlaces.



### **3.4 Tecnologías de la información y la comunicación (TICS).**

Ya son varios modelos como: comunicativos, educativos o empresariales, que van adaptando este término a la funcionalidad de sus actividades, un sistema que funciona de forma inmediata aprovechando las herramientas tecnológicas que la misma, le proporciona, es decir en el ámbito comunicativo, como hemos señalado en la propuesta de los Cibermedios, algo muy común es la interactividad que es el punto de inflexión para el correcto uso y por ende ganar magnitud dentro de esta red donde cada vez más la sociedad se sumerge, aquí va el planteamiento y otro concepto innovación, que es lo que quiere el nuevo usuario, como es el método que ahora utiliza para recibir información, cuales son las plataformas en las cual la sociedad está constantemente.

“En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas” (Cabrerero, 1998)

El internet desde su nacimiento, ha cambiado la forma de interactuar y ver las cosas, siendo este parte principal para la conexión usuario –maquina, a nivel mundial, permitiendo a varios medios informativos determinarse audiencias y según el balance obtenido, trabajar y realizar contenidos, permitiendo más atracción y auge dentro de este mercado digital.

Pero existe algo más allá de este término de las Tics, como proporción de lo inmaterial, brinda información codificada en código binario, las imágenes, texto o video, de una forma transparente y hacia lugares que antes no llegaban. También estamos ante el momento de la interconexión, lo cual es una nueva posibilidad tecnológica a partir del nexo entre dos tecnologías; otro punto es la instantaneidad que significa la facilidad y rapidez en la cual una información es distribuida y captada por el usuario. Algo muy importante para determinar es la digitalización, lo cual no es más que el proceso en la cual se transforma el modo en el que distribuimos nuestra información. Por ejemplo, en un diario donde solamente su modelo era texto y foto, impresa, hablando del medio tradicional, lo digital lo envuelve en determinados aspectos que lo ayudan a cambiar y mostrar de una forma diferente, enlazando texto con imagen, sonido, video, animación, hipervínculos, etc.



### **La cultura y el nuevo periodista digital.**

De los términos que sugieren las Tics, generalmente, sobresale una cultura digital, una nueva forma de captar, de comunicar y de relacionarnos en nuestro entorno. Un nuevo vínculo social.

Para realizar un buen tratamiento y difusión dentro del manejo de información en los medios digitales se utilizan muchos recursos para difundir la información como videos interactivos, infografías, transmisiones en vivo de algún un hecho relevante, llegando a la audiencia de forma rápida, a pesar del cambio necesario que tienen que sufrir los medios de comunicación con el implemento de las nuevas tecnologías. Todavía existen medios y periodistas que mantienen cierta discrepancia con las nuevas tecnologías, por todo lo que conllevan; sabemos que no toda información dentro de la web, es verificada o tiene argumentos necesarios como para informar a la gente, siempre se ha mantenido esta dicotomía; si es bueno o malo. Necesariamente el periodista nunca va a dejar de ser periodista, esté o funcione en el formato que se le asigne, el acoplamiento y desarrollo de estas nuevas funcionalidades dentro del trabajo en esto caso, comunicativo, representa una ayuda desmesurada. Incluso le ayudara a determinar y contrastar las fuentes que se obtiene dentro de la web, no todo es verdad, generalmente se induce informaciones con publicidad, ideologías etc.

“La cultura es un sistema complejo de relaciones y formas para modelar el mundo y representar lo que de él percibimos y, en ese sentido, lo que a él nos vincula, lo que de él nos rodea y lo que de él nos define. Lo que somos, en última instancia. Todo sistema complejo asegura su permanencia por medio de la evolución. Así las cosas, la cultura existe y pervive en tanto conjuga lo que tradicionalmente ha sido y lo que de manera dinámica proviene” (Ministerio de cultura, Colombia, 2014)

No estar en internet o a la par con la digitalización, establecía no estar en nada. Por esa razón podemos decir que todos los medios (analógicos) decidieron intervenir de manera directa en la red de redes. Aunque cabe destacar que muy pocos fueron los que se plantearon ¿Cómo estar? ¿Para qué? ¿Qué tipo de contenidos brindar?

En ese contexto surge una necesidad de aprender a combinar nuestras publicaciones: video, texto, video y audio; independientemente si el medio es escrito, visual o radiofónico. Pues esto inducía a mezclar para mejorar la percepción de nuestros seguidores, que cada vez



se informan de manera diferente. Está comprobado científicamente en un caso puntual con los periódicos, que el usuario consumidor de este medio, lee un 25% menos en la parte digital que la física, por todo el cansancio que produce ya sea el brillo de la pantalla o también porque tenemos menos tiempo y por ende queremos información puntual y rápida. “el contraste y el brillo resultan inadecuados y a menudo generan fatiga visual, por lo que nuestro usuario intenta minimizar esfuerzos. La manera intuitiva de reducir el desgaste visual es escanear una pantalla con los ojos” (Tejedor, 2010)

### **El periodista digital.**

Desde la aparición del internet hasta el lanzamiento de las redes sociales el mundo de los medios de comunicación ha sufrido una metamorfosis bastante notoria en muy corto tiempo, estos cambios han llevado a la aparición de la digitalización de los medios y los periodistas.

El ciberperiodista debe someterse a tres grandes cambios nos menciona (Tejedor, 2010):

1. Paso de la escritura textual a un modelo multimedia.
2. La posibilidad de ejercer su labor desde cualquier sitio, por ejemplo, su casa, sin necesidad de estar de cuerpo presente en la sala de redacción de su medio de comunicación.
3. Aparición de las modalidades de redacción colectiva o cooperativa.

Es decir que el nuevo periodista está sujeto a nuevos cambios que lo ayuden a estar en constante evolución e innovando, que a su vez les permitirá ser requeridos por los medios.

Mientras la tecnología engendra especialización, necesitaremos administradores calificados para direccionar la producción de todas estas tareas especializadas hacia un todo coherente. “El viejo adagio “un buen reportero es bueno en cualquier parte” ya no es convincente. Necesitamos buenos reporteros que puedan traer herramientas apropiadas para llevar en situaciones constantemente cambiantes. En este ambiente, los periodistas que puedan hacer más de una cosa estarán en demanda” (Briggs, 2007)

Los periodistas digitales hoy en día, no solo necesitan el requisito de escribir bien como principal carta de presentación para laborar en un medio de comunicación; necesita manejar y tener conocimiento sobre cada una de las herramientas digitales para poder difundir la información y utilizar toda la cantidad de recursos que brinda el internet en el siglo XXI.



Estamos inmersos entre distintas plataformas digitales, la inmediatez en la recopilación y difusión de información, este es un punto clave para los periodistas en la actualidad, pues la publicación de noticias debería cumplir con las exigencias que los medios digitales especifican, como lo señala Ramón Salaverría: “Es aquel que se desarrolla y labora con los nuevos formatos, produciendo contenidos basados en la adaptabilidad, interactividad, usabilidad y multimedialidad”

“Aún más misteriosa que concreta, la Web 3.0 interpreta desde su profundidad las necesidades no solo de los periodistas sino también de las audiencias y funciona como aquel amigo invisible que en nuestra época escolar nos sorprendía con un regalo que no esperábamos, aunque pudiéramos sospechar de quien vendría. Su intuición innata, producto de la interrelación entre bases de datos, sumada a la intuición y curiosidad que por vocación y naturaleza alimenta a los periodistas más sagaces, está llamada a convertirse en la llave que abra todos los secretos periodísticos mejor guardados. Pero su manejo experto y competitivo, como con los atletas, requiere entrenamiento y también el sorteo de obstáculos” (Crucianelli, 2013)

Ya que el periodista básicamente toda la información que publica en la página digital del medio mismo, se distribuye por la red social de Facebook, twitter o YouTube, pues existen varias alternativas a tomar en cuenta a la hora de utilizar Facebook por ejemplo, es importante saber ciertos tips para el que labora principalmente en estas redes. Será de suma importancia evitar cualquier altercado y publicaciones erróneas.

(Salaverría, 2017) Expone dos tipos de periodistas en la actualidad: el periodista multimedia, quien es aquel que adapta todos sus contenidos a la plataforma que se le asigne, y existe también el periodista multitarea, quien es el que tiene varias funciones dentro del medio, es decir las actividades que eran cubiertas por distintos periodistas como edición, fotografía, escritura, manejo de video, son cubiertas por uno solo, el multitarea. Cabe destacar también que los periodistas son quienes han asumido estos conceptos y distribuir sus contenidos a otro tipo de formato, digital. Por lo tanto, sugiere una mayor proyección y preparación por todo lo que sugiere esta gran ola, donde la mayoría de gente se encuentra inmersa.

En este caso el periodista nunca dejara de ser periodista, solo cambiara su forma de elaborar los contenidos, acoplarse a una era donde se necesita utilizar menos caracteres, añadir varias imágenes o un gran título para enganchar al lector con la información publicada;



también que el enfoque de la noticia sea envolvente por lo tanto el usuario tenga la posibilidad de interactuar y opinar inmediatamente, mediante el proceso retroalimentativo que existe en la actualidad de manera directa por medio de comentarios de las noticias en redes sociales, compartir en nuestros perfiles con nuestra perspectiva o enviar un correo al medio con alguna sugerencia, . Todos esos cambios, se los está utilizando en gran parte por todos los medios de comunicación, por la competitividad que exige y la acogida que está dando de los nuevos usuarios.

Mientras que Scolari en su libro *Hipermediaciones* nos señala tres tipos de periodistas según la polivalencia:

1. Polivalencia tecnológica: el profesional de la información utiliza instrumentos (software y hardware) que le permiten producir y gestionar contenidos en diferentes soportes. Por ejemplo, el periodista domina al mismo tiempo aplicaciones de escritura, retoque fotográfico, edición no lineal de vídeo o bases de datos.
2. Polivalencia mediática: el profesional de la información diseña y produce contenidos en diferentes lenguajes (escrito, audio, gráfico, vídeo e interactivo). El periodista, después de cubrir un evento, prepara el texto para enviarlo a los medios impresos o en línea, graba una intervención radiofónica y edita el vídeo para transmitir en televisión. Esta polivalencia exige competencias tecnológicas (conocimiento de los instrumentos técnicos) y semióticas (conocimiento de los lenguajes de los diferentes medios).
3. Polivalencia temática: un mismo profesional de la información se ocupa de generar informaciones para las diferentes secciones del medio (deportes, política, cultura, etcétera). (Scolari, 2008)

Un reto que supone para el nuevo periodista es la validación de las fuentes on-line; está claro que hoy en día la facilidad con la que se encuentra y transmite cualquier información por cualquier plataforma digital está en auge. Por lo tanto, el medio como tal, necesita transmitir veracidad, tener la percepción y responsabilidad a la hora de distinguir las fuentes validas de las que carecen de fiabilidad.

Los usuarios raramente pueden diferenciar entre lo que es “bueno” o “malo” en cuanto a la información que investiga, por lo tanto, el ciberperiodista se convierte en un filtro, orientador o validador. De esta forma ayuda a una mejor navegabilidad y lectura en la pantalla al usuario.



Mediante el libro de estilo para ciberperiodistas, Santiago Tejedor Calvo, nos expone ciertos criterios para validar una fuente on-line, como:

1. Hay que mantener una prudente distancia respecto de las fuentes on-line que permita al periodista actuar eficazmente si hay alguna duda respecto a su fiabilidad.
2. Buscar, cuando sea posible, webs con autoría a la vista y acreditada, como pueden ser las webs de organismos, instituciones, organizaciones y empresas, que son responsables de lo publicado.
3. Siempre que se encuentre una información a través de internet se debe averiguar más sobre su autor o la fuente de esa información y, en la medida de lo posible, ponernos en contacto directo con ella.
4. Ante la proliferación de emisores (profesionales o no) se debe establecer un filtro que garantice el rigor de la información. (Tejedor, 2010)

De esta última se establece de forma puntual, sobre el famoso periodista ciudadano o accidental, quien por cuestiones de tiempo y lugar se encuentra justamente donde se produce el acto en ese instante, entonces por lo tanto surge también como el periodista debería tomar este tipo de informaciones. Pues lo que se sugiere es tratarlo con la mayor de la rigurosidad, comprobar información o fotos, para así adecuarlo a la noticia.

### **Multimedialidad en la prensa digital**

Scolari, en su libro hipermediaciones nos señala como nace este término de multimedialidad: “El concepto de multimedialidad gozó de gran difusión en los primeros años noventa, cuando la World Wide Web apenas estaba naciendo y el CD-ROM era el soporte ideal para combinar lenguajes. ¡Sin embargo, sus orígenes se pierden en los agitados happenings de los años sesenta, cuando el término multimedia fue utilizado por Andy Warhol para definir a su E.P.! (Exploding. Plastic. Inevitable), una instalación con varias pantallas que conformaban un entorno multimedia (multimedia environment)” (Scolari, 2008)

Mientras que Fondevila hace hincapié que este es un elemento importante dentro de los medios digitales, pues de este depende que se mantengan dentro de la red y ganar seguimiento.



“Junto a la hipertextualidad (EDO, 2001), elemento básico para el funcionamiento del engranaje digital, cabe considerar a la interactividad y el multimedia como los elementos diferenciadores con relación al periodismo tradicional. Diversos estudios empíricos reflejan un uso creciente pero mejorable de esa tríada fundamental” (Fondevila, 2012)

El sistema multimedia dentro de la prensa digital se encuentra de forma variada por distintos factores que inciden en la captación de información del lector, es decir pues con este nuevo sistema que se proveen actualmente todos los medios de comunicación, permiten ampliar el espectro sensitivo del usuario, por lo tanto distribuiremos nuestros contenidos de forma visual sonora y textual, permitiendo que nuestra información sea recibida de una forma no tan común, como lo son por ejemplo con videos interactivos, infografías, foto galerías de reportajes, podcasts hablando de ciertos temas de relevancia.

“La multimedialidad se entiende en el contexto de la prensa digital como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (Guallar, Cristofol, & Ruiz, 2010)

Por ende, existen dos tipos de multimedia que emergen dentro de una página web, por yuxtaposición o por integración. Expuesta por Salaverria.

- a. Multimedia por yuxtaposición:** es aquella que se muestra de manera disgregada, el acceso a cada uno de ellos se lo puede encontrar en la misma matriz, sin embargo, acceder a cada uno de ellos se lo hará de forma separada.
- b. Multimedia por integración:** se presenta como una unidad comunicativa, es decir el conjunto de elementos textuales, visuales, auditivos, conforman un todo con sentido único. (Salaverria, 2012)

Esta es una característica principal de la prensa digital, que distribuye de manera esencial en cuanto a hipertextualidad, interactividad e inmediatez.

Como dicen (Guallar, Cristofol, & Ruiz, 2010) en su análisis sobre la multimedialidad en la prensa digital, existen cuatro modelos:

1. Facsimilar (reproducción en internet del pdf de la edición impresa)
2. Adaptado (adaptación de los contenidos impresos al formato digital de manera muy elemental),





3. Digital (creación propia para el entorno de internet, con la utilización de las características antes señaladas)
4. Digital multimedia (el sistema anterior con plena utilización de elementos multimedia), esta que lo denomina como social.

Estamos claros que la mayoría de medios en la actualidad, sino utilizan la estrategia de publicar lo que distribuyen de manera física en sus ejemplares diarios, y lo que se ve con continuidad es la publicación de tweets dentro de la plataforma como información minuta a minuto.

Principales medios digitales que tienen mayor audiencia y se han establecidos como primeros en los motores de búsqueda, que la gente realiza para informarse:

ABC <http://www.abc.es>

AS <http://www.as.com>

El mundo <http://www.elmundo.es>

El país <http://www.elpais.com>

Libertad digital <http://www.libertaddigital.com>

La vanguardia <http://www.lavanguardia.es>

Marca <http://www.marca.com>

Mundo deportivo <http://www.elmundodeportivo.es>

Público <http://www.sport.es>

El comercio [www.elcomercio.com.ec](http://www.elcomercio.com.ec)

El universo [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)

BBC [www.bbc.com](http://www.bbc.com)

RT [www.actualidadrt.com](http://www.actualidadrt.com)

La fotografía es la que tiene mayor proporción dentro de los medios digitales principales, hay más imágenes que videos y gráficos, por lo tanto, la fotografía sigue siendo parte principal en cuanto a contenido multimedia se refiere, algo predominante y que se puede diferenciar a la vista.



Aprovechar de manera útil este tipo de información multimedia conlleva una mayor explotación de recursos, es decir esta mezcla que está siendo primordial en varios medios, antes mencionados, genera características específicas que son reconocidas en un instante. Como generarnos un mayor poder persuasivo, explicar varios procesos o noticias de manera más clara, explotar las potencialidades de cada atributo informativo.



## CAPÍTULO IV

### 4. Análisis comparativo

Por medio de entrevistas a directores, editores y periodistas web, se pretende dar a conocer un esquema que albergue todos los elementos web pormenorizando con tablas que marquen los índices más característicos de cada medio en cuanto a la publicación, diseño visual, usabilidad, recursos multimedia; conceptos elaborados por Salaverria, Scolari, Bettetini, entre otros revisados anteriormente. Cabe recalcar también que varios índices han sido marcados previamente con la revisión de la propuesta desarrollada por Albornoz en **“los análisis de los grandes diarios de la red”**, donde realiza un análisis comparativo dentro de los diarios más importantes en la red en español, lo cual demuestra tópicos como: contenido informativo, servicios al lector, interacción comunicativa con el usuario, reacción y formato online. (Albornoz, 2016)

Por lo tanto, a través de este capítulo “análisis comparativo” se estructura mediante diferentes tablas: Presencia en diferentes plataformas digitales, análisis de publicaciones y análisis del diseño de la página web de cada medio: “Diario El Mercurio” y “El Tiempo”, los cuales han sido pioneros al momento de traspasar sus contenidos de ejemplares físicos a las plataformas web, esto para ahondar y llegar a toda la región, hablando de los diferentes sectores de Azuay, Cañar, Loja, Morona Santiago e incluso con la actualización de sus formatos, a nivel internacional.

(Terreros, 2015) Ofrece una tabla de valores a tomar para la comparación respectiva dentro de los diarios, estos han sido fundamentados bajo la observación de su respectivo análisis sobre la página digital de diario El Tiempo; por lo tanto, acoplamos estas variables para nuestro respectivo análisis con los resultados generados de nuestra investigación.

#### 4.1 Elementos de análisis

##### 4.1.1 Diseño de la página web y contenidos

El diseño ciberperiodístico en los medios de comunicación además de atrayente, debe tener ciertos rasgos que inciten una mayor navegabilidad, comprensión y cohesión de los contenidos que brindan a los usuarios, por lo tanto, Salaverria y Sancho, en su libro “del papel



a la web, evolución y claves del diseño periodístico en internet”, nos dan ciertas características para un buen diseño ciberperiodístico:

- a) Hipertextual: Consiste en una organización modular de los distintos nodos interconectados que componen cada información en particular, y el cibermedio en su totalidad.
- b) Metainformativo: El diseño de cibermedios no se ocupa únicamente de los elementos gráficos visibles, sino que contempla múltiples recursos para potenciar la visibilidad documental del medio por parte de los buscadores y otras bases de datos.
- c) Interactivo: El diseño ciberperiodístico no está pensado para la contemplación, sino para la acción. Por lo tanto, el diseñador debe tener siempre presente la necesidad de facilitar el movimiento y la respuesta de los cibernautas, considerando en todo momento los posibles flujos de información.
- d) Multimedia: Combina dos herencias genéticas: la del diseño impreso (periódicos y revistas) y la del diseño audiovisual (televisión y videojuegos). Mediante esa integración de lenguajes, explora las posibilidades de componer piezas periodísticas con textos, imágenes, sonidos y vídeos.
- e) Multiplataforma: El buen diseñador de cibermedios no diseña para un navegador específico, para un solo sistema operativo, ni siquiera para un único dispositivo de recepción. Debe tener en cuenta que sus potenciales usuarios emplean múltiples aplicaciones, formatos, estándares y aparatos. Por lo tanto, deberá esforzarse en conseguir diseños sólidos que se naveguen de manera homogénea con independencia del soporte de recepción. (Salaverria & Sancho, 2007)

A palabras de los autores estas son las variables predominantes en los cibermedios ya que el uso y funcionalidad en conjunto que se haga de ellas, significaría un buen requerimiento y fidelidad de sus seguidores.

#### **4.1.2 Estructura visual, contenidos en página web y plataformas derivadas**

Existen diferentes parámetros en los cuales se establecen los diseños web de las páginas, por lo cual exponemos diferentes tipologías adaptadas por (Tejedor, 2010), en su libro manual para ciberperiodistas:

1. El modelo “simétrico” se caracteriza por dividir la página horizontal o verticalmente por su parte central. La distribución de los elementos se realiza de forma que exista un equilibrio (entre la parte izquierda y la derecha, o entre la parte superior y la inferior).
2. El modelo de primera plana “contrastante” establece una especie de hipotética línea diagonal en torno a la cual se distribuyen los elementos de la página.
3. La primera plana “rota” ofrece una distribución u ordenación asimétrica de los contenidos. En este sentido, no existe ningún tipo de equilibrio, a diferencia de los anteriores modelos. El objetivo: centrar la atención del lector sobre determinados puntos de la página de forma desordenada.
4. La portada o primera plana “zonal” es aquella que sitúa la información de mayor peso o relevancia en la parte superior de la página, quedando el resto de contenidos en una posición secundaria.
5. El modelo “irregular” se caracteriza porque el diseño no viene marcado a priori por unos parámetros o directrices de composición. La improvisación determina el resultado o distribución final de los elementos. (Tejedor, 2010)

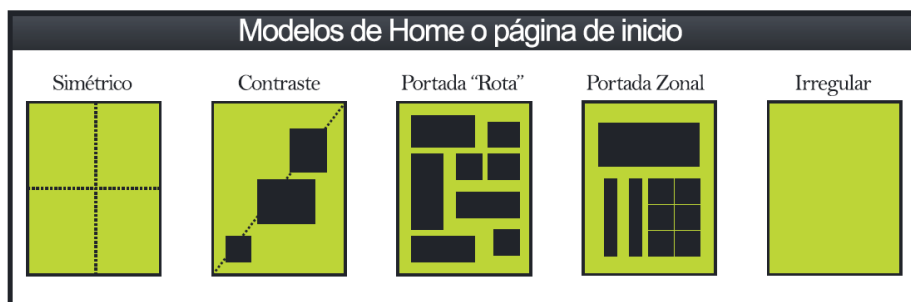


Fig 14 Modelo de Home o página de inicio: Fuente: [www.escrituraperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/libro-ciberperiodismo-completo.pdf](http://www.escrituraperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/libro-ciberperiodismo-completo.pdf)

(Tejedor, 2010) Expone la composición acerca de una página web y la estructura que debe tener:

1. El nombre del sitio y su representación gráfica (en una parte muy visible de la página), que además deben mantenerse en todas las páginas interiores del cibermedio.
2. El directorio o menú de las principales secciones del medio, de acuerdo con su uso en su versión ciberespacial.
3. Un botón de búsqueda que brinde al usuario una opción adicional de encontrar el contenido que busca.



4. La presentación de las principales noticias jerarquizadas por niveles de relevancia temática y temporalidad y ordenadas de acuerdo al diseño específico de cada cibermedio (Tejedor, 2010)

#### **4.1.3 Contenidos**

Los contenidos en la red, debe ser precisos y funcionales, que cumplan con la necesidad de información, como nos menciona Tejedor, en su libro estilo para ciberperiodistas: “La concisión y la claridad al escribir deben ser las grandes virtudes de los cibermedios”. El lector quiere informarse bien y rápido, pero también de manera suficiente. El periodista debe tener claro la ruta a seguir para construir unos textos comprensibles que le permitan al usuario la mejor información posible” (Tejedor, 2010)

A su vez Luis Albornoz, nos da ciertas características que han mantenido varios diarios digitales en español, en cuanto a contenidos informativos se refiere:

1. Información- noticia: núcleo “duro” del diario online, actualización permanente, producción propia, mix entre material exclusivo y material del diario impreso.
2. Información- servicio: dispar presencia, producción propia y externa, fruto de acuerdos comerciales-publicitarios.
3. Información- ocio: dispar presencia, publico- objetivo familiarizado con el uso de las TIC, producción propia externa.
4. Información institucional: varía según cada diario, definición de la relación entre el medio y sus lectores usuarios o clientes. (Albornoz, s.f)

#### **4.1.4 Accesibilidad**

Este término alude al acceso, como su nombre lo indica, de manera igualitaria para todo usuario, independientemente de la edad o discapacidad. “La accesibilidad Web se refiere a la capacidad de acceso a la Web y a sus contenidos por todas las personas independientemente de la discapacidad (física o técnica) que presenten o de las que se deriven del contexto de uso (tecnológicas o ambientales)”. (Agesic, 2016)

(Gonzales, 2018) Nos da ciertos criterios evaluados por dicalpanet en 2016 para medir la accesibilidad de páginas web:



1. “Acceso multinavegador: visualización de los contenidos web desde diferentes navegadores.
2. Navegación y orientación: navegación coherente, títulos de página descriptivos, correcta identificación de enlaces y aviso de la apertura de nuevas ventanas.
3. Formularios: etiquetado adecuado de controles y modo en que se aporta la información de los errores y las sugerencias mostradas para que los usuarios cumplimenten adecuadamente los campos.
4. Imágenes: existencia de alternativas textuales y valoración de su adecuación para quienes no pueden ver el contenido.
5. Estructura: marcado adecuado de encabezados y listas mediante el código HTML.
6. Separación presentación/contenido: valoración del modo en que se comporta la web cuando se aumenta el tamaño de la fuente y uso que se da a las imágenes que contienen texto.
7. Color: contraste adecuado en imágenes y en textos, y existencia de alternativa cuando se emplea el color para transmitir información.
8. Tablas de datos: marcado de los encabezados en todas las tablas y asociación de encabezados y datos en tablas complejas.
9. Compatibilidad con productos de apoyo: accesibilidad desde teclado y ratón, así como compatibilidad con productos de apoyo (lectores y magnificadores de pantalla, entre otros).
10. Multimedia: presencia de audio descripción para personas ciegas, subtítulo para personas sordas y accesibilidad de la interfaz de los reproductores multimedia.
11. Documentos PDF: orden de lectura de los documentos para lectores de pantalla empleados por personas ciegas, marcado de una estructura semántica, alternativas textuales en las imágenes y contraste de color adecuado.
12. Lenguaje: claridad del lenguaje empleado”. (Gonzales, 2018)

#### **4.1.4 Usabilidad**

Este concepto atribuye a la facilidad que tiene un usuario con la interfaz que se le presenta, Scolari menciona en su libro *Hipermediaciones* sobre cómo nació la definición de usabilidad: “ISO/IEC 9126: «La usabilidad se refiere a la capacidad de un software de ser comprendido, aprendido, usado y ser atractivo para el usuario, en condiciones específicas de uso». Esta definición se centra en los atributos internos y externos del producto, y nos recuerda que toda



interfaz necesita un usuario que la interprete y la haga funcionar. ISO/IEC 9241: «Usabilidad es la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un producto permite alcanzar objetivos específicos a usuarios específicos en un contexto de uso específico». Esta definición, al estar centrada en el usuario y en la experiencia de utilización, complementa a la anterior”. (Scolari, 2008)

Según el autor, es la eficiencia, efectividad y satisfacción que genera en el usuario al visitar una página web o un software.

Santiago Tejedor, da un resultado de cinco componentes en la cual se puede evaluar un sitio web, en lo que a usabilidad se refiere:

1. Aprendizaje intuitivo: facilidad para que el usuario logre utilizar las funciones básicas de la página desde la primera vez que la visita
2. Eficiencia: una vez se han familiarizado con el diseño, la eficiencia mide la rapidez de los usuarios al comenzar a realizar tareas dentro del sitio.
3. Memorización: mide la facilidad con la que los usuarios, una vez han vuelto a la página luego de un tiempo de no visitarla, pueden reestablecer su habilidad de realizar acciones en el sitio.
4. Errores: ¿Cuántos errores cometen los usuarios? ¿Son estos errores serios? ¿Pueden los usuarios salir fácilmente de los errores que cometen en el sitio?
5. Satisfacción: ¿Qué tan placentero es usar el diseño del sitio?” (Tejedor, 2010)

#### **4.1.5 Arquitectura de la información**

(Salaverria & Sancho, 2007) Mencionan que más allá de la parte estética en la red, lo que predomina en sí, es la cohesión y coherencia que exponen todos los elementos, lo cual permite una clara diferenciación con su contenido impreso o con otros medios digitales. Dando así, ciertas características que se toman en cuenta a la hora del diseño y estructura del contenido informativo dentro de la página web:

a) La tipografía deja de ser un problema porque, a la fuerza, el diseñador sólo podrá elegir entre un pequeño grupo de fuentes (que veremos más adelante), si es que quiere ser leído por cualquier navegador.





b) Las matrices –caracteres– dejan también de tener importancia por la misma causa: una línea completa en un navegador pasa a ser línea y cuarto en otro.

c) Los cuerpos entran también en una estandarización, no sólo en el texto principal (entre 10 y 13 píxeles, según la fuente elegida) sino también en los titulares, que en raras ocasiones supera los 24 píxeles de tamaño.

d) El modularidad deja de tener sentido: el texto en columnas desaparece y se impone el relato corrido, en un solo bloque, porque leer en pantalla o hacerlo en papel poco, casi nada, tienen en común. (Salaverria & Sancho, 2007)

#### **4.1.6 Opciones multimedia**

Los elementos multimedia han sido adoptados por los medios digitales, pues estos demuestran una forma nueva de comunicar, es decir ya no una información estática y lineal, sino un contenido interactivo y atrayente. Scolari en su libro hipermediaciones, nos da un acercamiento sobre los nuevos contenidos: “la digitalización ha favorecido la convergencia de todo tipo de información en un único soporte. Imágenes, sonidos, palabras... todo puede ser reducido a una masa de ceros y unos. Un bit es un bit es un bit. En este marco tecnológico el producto cultural es diseñado para ofrecer un sistema integral a sus audiencias, un paquete textual que abarca todos los medios y lenguajes imaginables (largometraje, tráiler, videojuego, serie televisiva, tipografía, diseño gráfico, música, etcétera).” (Scolari, 2008)

#### **Video**

Este recurso anteriormente utilizado de forma exclusiva por medios televisivos, se rompe ante la llegada del internet, pues permite a medios inmersos en la web subir videos en tiempo real, con calidad y duración a elección.

“La integración de vídeo-noticias en cabeceras de prensa sólo es posible en el marco del escenario digital. La adaptación al entorno virtual por parte de los medios tradicionales pasa por rediseñar su modelo de negocio y las estrategias utilizadas para contar la información. Una serie de decisiones y oportunidades que influyen directamente en las rutinas productivas de los profesionales de la información ahora convertidos, en la teoría, en periodistas polivalentes capaces de trabajar para diferentes soportes y entornos” (Ortells-Badenes, 2016)



Cabe destacar que grandes diarios a nivel internacional han sido pioneros en la distribución de imágenes en movimiento, dentro de sus informaciones en sus respectivas páginas web, dado que esto da un realce para aumentar el entendimiento de la noticia; cabe destacar que la inserción de este formato en la prensa digital, ayuda a magnificar el proceso periodístico que distribuyen diariamente para sus seguidores.

Generalmente la plataforma más utilizada como enlace a la información publicada por los medios, es YouTube, pues esta permite generar una sección de videos, esta puede ser propia del medio o ajena.

También existen otras plataformas que pueden ser introducidas como Vimeo, Dailymotion: estos dos se rigen bajo el formato de YouTube, con un enlace establecido dentro de la página, se puede visualizar videos en alta calidad y de larga duración.

### **Fotografía**

La fotografía ha sido parte fundamental, desde el periodismo tradicional hasta la actualidad, cada una con sus diferencias, pues cabe destacar que en el impreso siempre se ha visto limitado por la reducción de espacios, mientras que con la digitalización podemos añadir en una noticia publicada, una galería de imágenes que lleven al lugar de los hechos.

(Tejedor, 2010) nos da un índice de ciertas fortalezas de atribuir la imagen como contenido informativo en las publicaciones de los diarios digitales, ya que estos conllevan una iniciativa narrativa que tiene su peso como complemento de la parte textual y no hacerla monótona, como:

- Capacidad para centrar la atención.
- Capacidad para reforzar y/o ampliar conceptos.
- Reducción del peso del video.
- Contrarresta y/o reduce presencia de texto.
- Fuerza expresiva.
- Facilidad de captación con equipos domésticos (cámaras de video, cámaras de foto, teléfonos móviles, etc.)
- Posibilidad de acceder a editores on-line de fotografías rápidos, gratuitos y sofisticados.



- Sirven para subrayar y enfatizar conceptos. (Tejedor, 2010)

Cabe destacar que la inserción de demasiadas fotografías en una página suena satisfactorio pero puede hacer lenta la carga del contenido, pues actualmente tenemos acceso a una cámara fotográfica de diferentes opciones e incluso desde un teléfono móvil, entonces capturar fotografías profesionales no es un impedimento, por lo cual esto demanda un gran peso por la cantidad de pixeles.

### **Audio**

El audio siempre ha sido la parte fundamental de los medios radiofónicos, sin embargo, al igual que el video para la televisión, la digitalización hizo parte combinada de estos recursos para cualquier medio ya sea escrito, radial o televisivo, permitiendo así, el buen uso y poner como extensión al contenido informativo de un medio digital.

Tejedor en su libro de estilo para ciberperiodistas nos da ciertas ventajas que podrían funcionar al albergar la parte sonora a una información textual:

- Gran fuerza comunicativa.
- Gran potencial para humanizar los mensajes.
- Recurso de gran fuerza expresiva e impacto en el usuario.
- Producción sencilla con equipos domésticos (grabadoras minidisc, telefonía móvil, cámaras, otros).
- Posibilidad de acceder a editores on-line rápidos, gratuitos y sofisticados.
- Sensación de interacción con el sistema.
- Variedad de enfoques y tratamientos estilísticos. (Tejedor, 2010)

Cabe destacar que la alta demanda y el excesivo uso de este formato, al igual que el video o fotografía, que tienen su peso, pueden hacer una carga lenta de la página, sin embargo, existen ciertas plataformas que permiten añadir extensiones mediante enlaces redirigidos.

Existen varias plataformas que se añaden a un sitio web o medio de comunicación digital como:



Soundcloud: es un servicio para compartir música, podcast, entrevistas y con una calidad sonora, aceptable.

Ivoox: es un servicio via streaming, que almacena un kiosko de audios donde se guardan todos los archivos sonoros producidos, permitiendo añadir incluso una sección en la página del medio digital, con dichos audios.

Audioboom: es una herramienta para compartir audio en la página web, esta es bajo demanda, es decir se necesita un plan de pago para acceder a ciertos contenidos sonoros elaborados por el medio; es un medio bastante utilizado por la BBC.

#### **4.1.7 Hipervínculos y etiquetas**

Con el crecimiento y desarrollo de la red del Internet, los modos de producción y consumismo de información, van cambiando su forma, pues en este caso en los medios digitales, el uso de hipervínculos y etiquetas es su gran fortaleza.

Scolari en su libro hipermediaciones, llega a la conclusión según varios autores, que el hipertexto, privilegia ciertos puntos:

- La estructura reticular, descentrada, de los contenidos;
- La lectura no secuencial;
- La interactividad entre el usuario y el sistema;
- La redefinición de los roles de autor y lector. (Scolari, 2008)

Fasuto Giorgis, en su artículo sobre los medios digitales: lectoescritura en clave de hipervínculo, menciona que se rompe ese tipo de información lineal, añadiendo esta opción que incluso sirve para enganchar a sus seguidores de redes sociales, hacia su página web.

“El hipervínculo posibilita una ruptura en la linealidad de la lectura y la escritura. Los medios digitales hacen un uso constante de las redes sociales para captar lectores. Tanto en Twitter como en Facebook, publican los títulos de sus noticias y el link que lleva a la nota del medio. Incluso, si la cantidad de caracteres lo permite, incluyen videos o imágenes para complementar la información” (Giorgis, 2015)



Además, el autor, asume la importancia y la ayuda que se tiene al generar estos enlaces para los usuarios, que están inmersos en el internet, específicamente las redes sociales y como lo pueden percibir a simple vista por el diseño predeterminado que tiene el hipervínculo:

“Los usuarios de internet, que están presentes permanentemente en las redes sociales, acceden a las noticias a partir estos hipervínculos que los medios les ofrecen. Una vez que han entrado al portal del diario, la lógica del hipervínculo se reproduce. En la misma nota, ciertas palabras que están subrayadas o dispuestas en otro color, remiten a otras notas publicadas por el mismo medio o incluso a otros sitios. Estos links pueden derivar a antecedentes, a información contextual, recuadros, temáticas similares, etc.” (Giorgis, 2015)

A esto se suman también las etiquetas, pues estas inducen a que un contenido generado, por cualquier tipo de medio digital, se agrupe en un sector de temas en común, bajo el símbolo de (#). Lo curioso del uso de este recurso, es que un usuario puede buscar en redes sociales diferentes noticias sin introducir el título como tal, sino la etiqueta le llevaría a la noticia y la continuidad que da el medio sobre un acontecimiento.

#### **4.1.8 Facilidad e interactividad para el usuario**

Al mencionar acerca de las facilidad e interactividad, destacamos todas las opciones que tiene el usuario para satisfacer su necesidad de visitar e informarse mediante un portal digital.

Entre estas opciones destacamos la participación y contacto con el medio; los servicios al usuario como: versión para imprimir o edición digital del diario y si los contenidos son para dispositivos móviles.

Una de las opciones que varios medios digitales: escritos, sonoros o visuales han añadido es la redistribución de sus contenidos en las redes sociales, ya que por medio de estas se tiene ese enlace directo, pues en la actualidad las plataformas más utilizadas en el ámbito comunicativo, entre la sociedad son: Facebook, Twitter, Instagram y Whatsapp. Ya que estas son utilizadas por algo inherente al ser humano en el siglo XXI, los dispositivos móviles (Teléfono celular, Tablet o computador portátil)

Plataformas digitales



Las plataformas digitales son aquellos espacios que nos permiten realizar varias acciones dentro de un mismo sistema: interactuar con otros usuarios, albergar información; dando la facilidad a los usuarios de ingresar mediante una conexión de internet.

Dentro de las plataformas digitales más utilizadas dentro de los medios de comunicación, ya sean internacionales o nacionales son los siguientes: Facebook, Twitter, Instagram, Vimeo, YouTube, Infogram, Flickr.

Cada una de estas plataformas que funcionan bajo la red del internet permite al usuario mantener un contacto directo ya sea en el plano personal o laboral, los medios han establecido inmiscuirse dentro de ellas, pues con el motivo de ganar más audiencia, es innegable el gran auge y la proporción de personas que cada vez más se ven inmersas en las redes sociales.

“Al tratarse de espacios esencialmente gestores de contenido ajeno y no de productores, la eficacia y el éxito de las redes sociales suele venir determinado por su sencillez e intuición para agregar hipertexto, vídeo e imagen entre otros recursos. Es decir, por su facilidad para presentar contenido multimedia y todo ello, en forma de relaciones personales. De este modo, comienza una secuencia lógica donde todos los contenidos derivan hacia intentos de socialización (los “contactos” se denominan “amigos”, “fans”, “seguidores”...)” (Noguera, 2010)

Estas plataformas han suplido la esencia de foros o correo electrónico, el ultimo se utiliza en la actualidad, pero cabe destacar que el nuevo usuario requiere inmediatez y por ende el uso de redes sociales, que están siendo parte principal dentro de los medios digitales, para ganar audiencia, pues estas ayudan a mejorar la interacción medio- consumidor.

## **4.2 Investigación de los sitios web de los diarios el mercurio y el tiempo.**

### **4.2.1 Personal determinado para el funcionamiento de los sitios web**

#### **El Mercurio**

El Mercurio “Diario independiente de la mañana” realizó su primera publicación mediante su página web en el año de 1995, que funciona bajo el dominio ([ww2.elmercurio.com.ec](http://ww2.elmercurio.com.ec)) al principio comenzaron con el traspaso total del diario impreso a su espacio digital, actualmente solo un 25%. Cabe destacar que en su diario digital reciben alrededor de 700.000 visitas mensuales, superando al diario físico que diariamente se imprimen 50.000 ejemplares.



**Equipo:**

Ex Director, Editor Web y Community Manager: Andrés Guillermo

Directora web: Carmen Merchán

Editor web: Agustín Reinoso

Periodista: Beatriz Llivisaca

Cronista web: Henry Gutama

Mediante la entrevista a su ex director y editor web Andrés Guillermo, menciona que todos los periodistas cuentan con conocimientos web 2.0, dentro del Mercurio, esto quiere decir que están familiarizados con la nueva forma de comunicación interactiva, estableciendo como punto importante el auge y aprovechamiento de diferentes plataformas ya sea para cobertura o publicación de información. “Todos los periodistas que laboran aquí, en todas las secciones son 2.0, incluso tienen un adendum en sus contratos. Deben tener su cuenta Facebook y twitter, con cierta relación al periódico, porque sus avatares están institucionalizados, es decir sus fotos de perfil cuentan con la marca del periódico, entonces le es fácil a los lectores, saber quién trabaja dentro del medio” (Guillermo, 2018).

En cuanto al personal que se distribuye para cubrir las notas para la página web, no es tan extenso, pues Carmen Merchán (Andrés Guillermo ex director) es quien realiza varias actividades, ella es quien realiza el papel de filtro, donde segmenta toda la información que será publicado en el portal, analiza varias funcionalidades que se complementaran a la nota, como el uso de algún enlace redirigido a más información y además también quien se encarga de que las noticias que son publicadas en el medio web se enlacen directamente con las plataformas sociales más utilizadas tanto por los periodistas del medio como los usuarios que los siguen, Facebook y twitter. Ella se encarga de esa parte, pero también tiene la colaboración tanto de un editor web, Santiago Reinoso, que ayuda en las funciones multimedia conjuntamente con Beatriz Llivisaca y Henry Gutama, quien también es master web.

### **Diario El Tiempo**

Diario El Tiempo comenzó la era de la digitalización en el año 2003 hasta la actualidad se han realizado cuatro rediseños uno en el 2004, la siguiente fue en el 2008, la tercera surgió en



el 2012 y finalmente la que se encuentra hasta la actualidad en la web fue un rediseño del año 2018. (Galan, 2018).

Actualmente posee el dominio ([http: www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec))

Director, Editor Web: Danny Galán

Cronista web: Saúl Maldonado

Periodista y redactora web: Claudia Pazan

De acuerdo a las exigencias del mercado, y considerando la tendencia multimedia en todo el mundo, en el 2008 EL TIEMPO sometió a su diario digital a una reingeniería total, para esto fue necesario seguir un proceso de benchmarking en diario El universo, donde se dio la total apertura para conocer como está estructurado un departamento de desarrollo del periódico digital.

“Una vez levantadas las necesidades y estructurado el nuevo esquema del portal, se diseñó un portal web de alta calidad y con tecnología de avanzada en una plataforma PHP con una base de datos My SQL, esta infraestructura tecnológica permite manejar grandes flujos de información desde un administrador amigable, así mismo el nivel de actualización y el dinamismo de la página creció en un 300% a lo que tenía antes la empresa. Otro beneficio importante de este nuevo portal web es la capacidad de interactuar con los usuarios online, haciendo que esto se transforme en un proceso dinámico que ocurre al instante mismo que un usuario se pone en contacto en la página.” (Toral, 2016)

El Diario El Tiempo necesita de una alimentación de casi un 60% del diario impreso para poder tener información en el portal digital, ya que el tiempo no ha encontrado todavía la transición para dedicarse en su totalidad a la realización de contenidos digitales, algo que tienen pendiente pero que están en busca de proyectos que pueda superar las expectativas y así tener una edición total en la web.

El personal que está encargado de manejar la web son cuatro personas las cuales consiste en dos periodistas, el editor web y el diseñador web quienes están en constante interacción con los lectores, los periodistas son multitareas ya que realizan coberturas en vivo, mediante la función que prestan las diferentes redes sociales de transmitir en vivo, hasta la elaboración de reportajes que pueda llegar al lente del lector.

Danny Galán siempre ha buscado que los contenidos que se publican en la versión impresa no sean exactos a la dela versión digital, según los diferentes conceptos estudiados el lector



web es distinto al lector normal, ya que posee muchos más recursos para poder informarse, por lo que en el Diario tratan de innovar cada momento para poder estar a la altura del usuario.

#### 4.2.2 Análisis general de la página web

Los dos medios digitales como lo son El mercurio con el dominio ([ww2.elmercurio.com.ec](http://ww2.elmercurio.com.ec)) con publicaciones desde el año 97 y El Tiempo ([www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)) desde el 2003, todavía no han explotado todas las funcionalidades que les brinda la digitalización. Es decir, en la mayoría de publicaciones se sigue utilizando la misma información del contenido impreso y además existe poca inserción de elementos multimedia a las notas como infografías, videos, audio (producidos por ellos mismos); aunque cabe destacar que mediante sus plataformas alternas como YouTube o servicios de audio online, mantienen actualizando contenido.



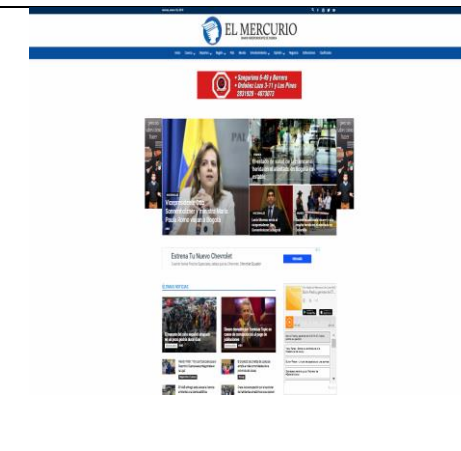
#### Diseño visual y textual

##### Diario El Mercurio

El diseño visual de la página del mercurio ha ido cambiando al pasar de los años. Aquí podemos ver tres partes de su portada y noticia hasta la actual en el 2019

Tabla 3

Presentaciones en diferentes años de la página de diario El Mercurio.

2009	2011	2019
		

Avances de portadas y publicaciones a través de los años: 2009, 2011 y 2019, en base a diseño visual y textual.

Fuente: ww2.Elmercurio.com

En cuanto a la parte visual, sobre todo los colores que han sido característicos dentro del sitio web, es el azul con blanco, con variaciones de tono, los mismos que son utilizados en su ejemplar físico.



Fig 15 Portada de la página web de El Mercurio. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Como parte principal tenemos en el sector superior central, nos enseña el nombre del sitio con su eslogan “El Mercurio, diario independiente de los cuencanos”, con la fecha y un espacio donde están las opciones de buscar y redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube).

El sector de promoción sobre las noticias, ocupa gran parte de la portada, con las noticias más relevantes a nivel nacional o regional.



Fig 16 Noticias destacadas de la portada de elmercurio.com.ec

Manipulando el cursor y bajando, nos encontramos en la zona central con las ultimas noticias, y en la zona derecha da acceso a la reproducción de la radio, entrevistas (en formato audio); banner publicitario con el número de WhatsApp (denuncias, quejas, comentarios).

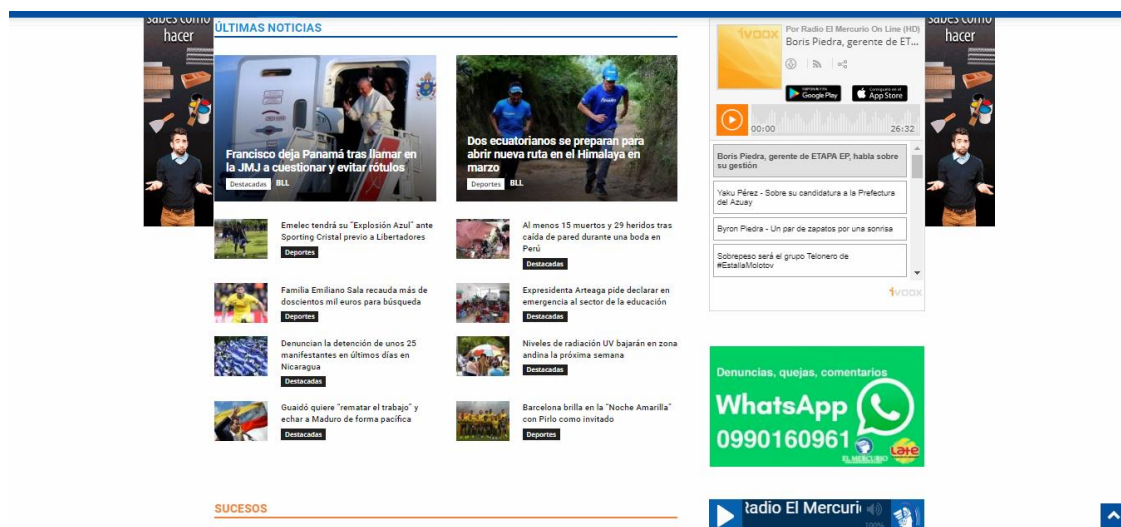


Fig 17 Ultimas noticias, radio y promoción de la portada. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Siguiendo la exploración de la página, se encuentra la parte de sucesos, con la respectiva etiqueta (policial), foto y título. Debajo de esta sección tenemos unas flechas que nos dirigen a más noticias de esta índole. En la parte derecha de la página tenemos la versión “issuu” (servicio en línea que permite la visualización de contenido digital) de la portada del ejemplar físico. Y debajo de esta tenemos un espacio donde se ha asignado para la consulta de lugar de votación, por la coyuntura electoral.

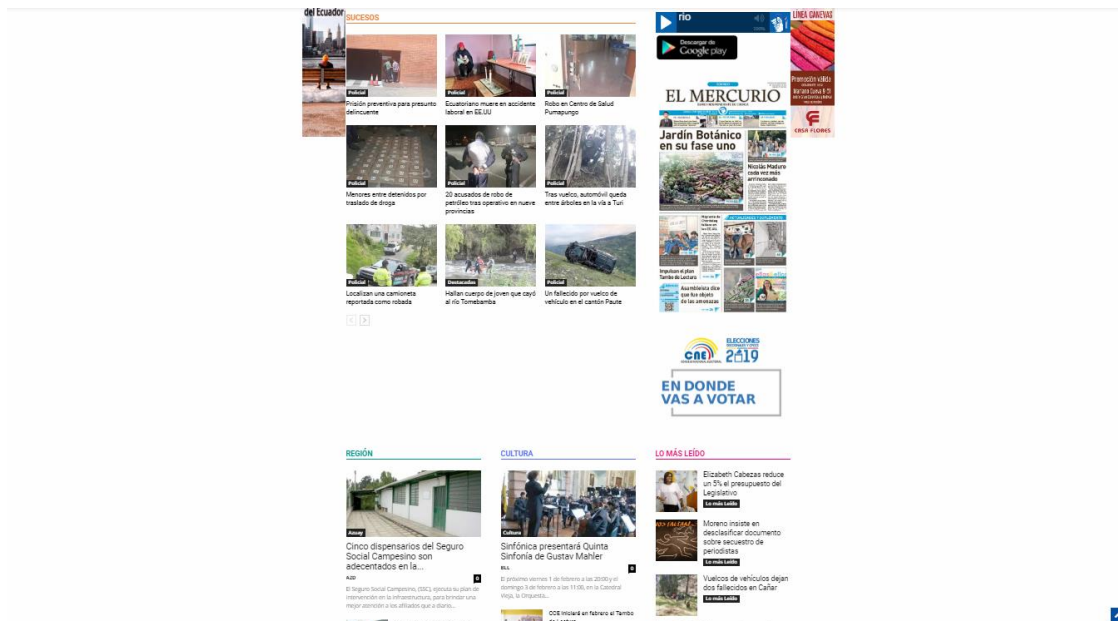


Fig 18 Parte sucesos de la portada. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Al seguir con la navegación de la página, tenemos otras secciones con noticias sobre región, cultura en la parte central; y en la parte derecha con lo más leído, cada una con su respectiva etiqueta, título y fotografía. Así mismo existen las flechas de siguiente y anterior, para acceder a más noticias o volver a las mismas.

Seguimos con el cursor hacia abajo y nos encontramos con una parte de sociales, lugar donde se suben todas las fotografías tomadas en reuniones, eventos, etcétera. Cabe destacar que nos da la opción de retroceder o avanzar hacia otra foto y en cada una se nos presenta los nombres de las personas. Debajo de esta tenemos la parte de noticias deportivas y farándula las cuales se presentan como hemos mencionado anteriormente con título, fotografía



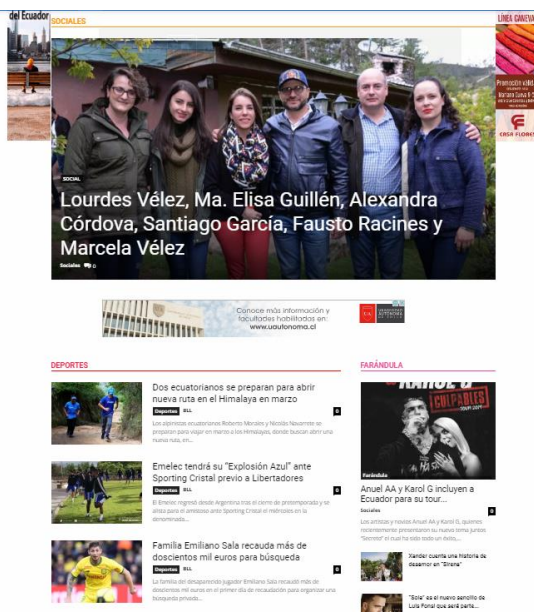


Fig 19 Parte sociales de la portada del sitio de elmercurio.com- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Debajo de la sección de deportes y farándula, la página nos brinda una sección de videos que son enlazados a la página desde la plataforma de Youtube (ElMercurio), dicha sección presenta todos los informativos comunitarios, reportajes, entrevistas, etcétera. Aquí tenemos la opción de verla desde la página o en la plataforma de YouTube



Fig 20 Sección de videos de YouTube de la portada de elmercurio.com.ec. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Siguiente a esta sección de videos, nos encontramos con la parte de Editorial, articulistas y tendencias en la parte central; mientras que, en la zona derecha de los segmentos de caricatura, empresarial y reportajes.

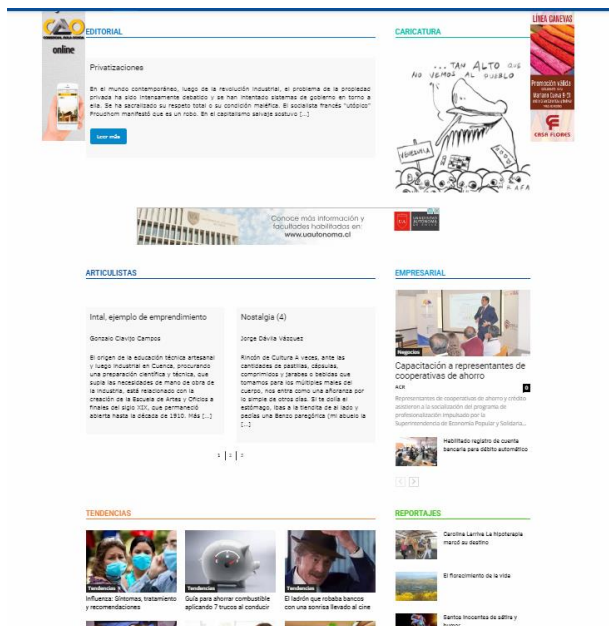


Fig 21 Sección de editorial, articulistas y tendencias de la portada de elmercurio.com.ec. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Y ya en la última parte de la página se nos da accesibilidad a varios suplementos que produce el diario, dividida en cuatro secciones numeradas como: ellas y ellos, el mercurito, inmobiliario, vacaciones y más. También al final se nos presenta tres segmentos empresa (código deontológico, quienes somos, agencias a nivel nacional, tarifario y más), secciones (Azuay, Cuenca, cultura y más) e información referente a la ubicación y contacto del diario.

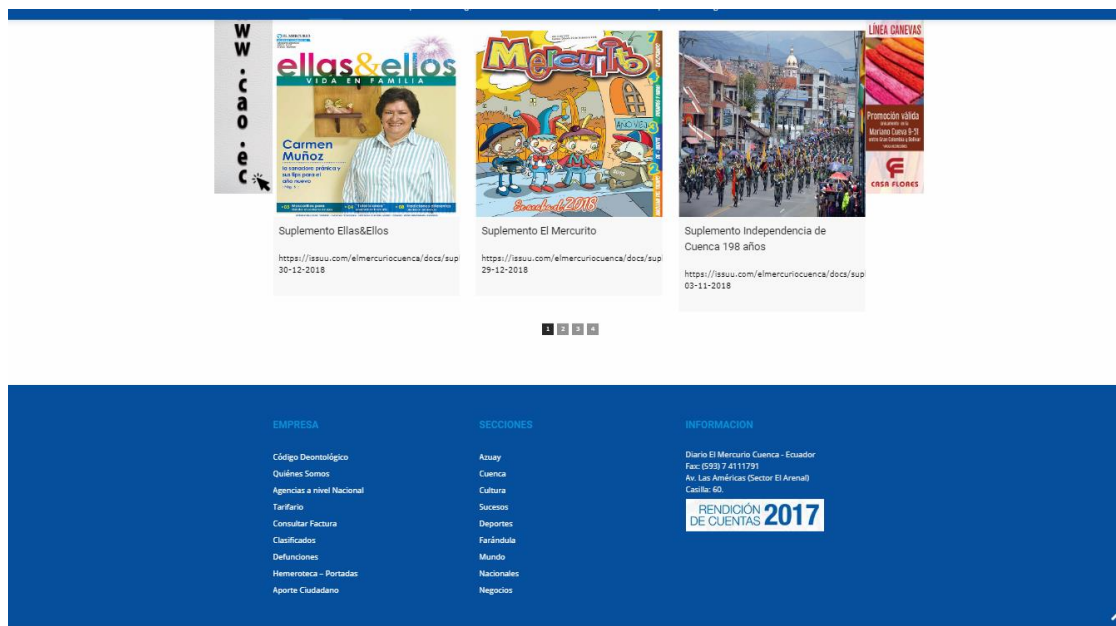


Fig 22 Sección final con suplementos e información empresarial de la portada de elmercurio.com.ec. Fuente: www2.elmercurio.com.ec



## Diario El Tiempo

La página está estructurada con un fondo blanco en toda su interfaz, solo cuenta con un color distinto en la parte del título con el color que le caracteriza desde sus inicios como lo es el color rojo.

Junto al título en la parte más abajo se encuentre el eslogan DIARIO DE CUENCA, en la parte izquierda tiene hipervínculos hacia sus redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Gmail.

En la parte central de la página se ubica la noticia más relevante del día en este caso la noticia se titula “” Gobierno de Ecuador reconoce a Guaidó como presidente de Venezuela”.

En la parte derecha superior de la página se encuentra un icono en el cual nos brinda servicio meteorológico con un número el cual indica el grado de temperatura que se encuentra el ambiente.


Más abajo se encuentran las secciones a la que podemos acceder para seguir informándonos, las cuales están divididas en diez secciones que van en una orden de jerarquización desde la sección Cuenca hasta el menos importantes de la sección de sociales según nos indica.



Fig 23 Portada con la noticia destacada de eltiempo.com.ec- Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

A continuación, mientras se manipula el cursor se encuentran más abajo noticias de menor relevancia con un breve resumen de la noticia ocurrida durante el día acompañada de una imagen,


Siguiendo con el cursor más en la parte derecha se encuentra el subtítulo subrayado Ultimas Noticias que consiste en una actualización de noticias que se han desarrollado durante el día, además de ello poseen la hora exacta que ha sido publicada la noticia en el portal web.



**Ecuador**  
17:18

**Venezolanos festejan en Ecuador la autoproclamación de Guaidó**


Migrantes venezolanos radicados en Ecuador celebraron este miércoles 23 de enero de 2019 la autoproclamación de Juan Guaidó como presidente interino d...



**Ecuador**  
13:14

**Fiscalía reconsidera pedido de prisión para exvicepresidenta**


La fiscal general (e), Ruth Palacios solicitó este miércoles 23 de enero de 2019 al juez nacional Iván Saquicela medidas alternativas para la exvicepr...



**Cuenca**  
13:04

**Turismo religioso, la nueva apuesta para atraer viajeros a Cuenca**

Templos religiosos, eventos, santuarios de peregrinación y otras recomendaciones que se orientan hacia la parte religiosa de Cuenca y del Azuay son pa...



**Últimas noticias**

**17:18.** Venezolanos festejan en Ecuador la autoproclamación de Guaidó

**17:04.** Trump: "todas las opciones están sobre la mesa" ante Maduro

**17:00.** Delfín logra triunfo laborioso ante Nacional y acancia la clasificación

**16:20.** Gobierno de Ecuador reconoce a Guaidó como presidente (i) de Venezuela

**16:19.** Maduro dice que la Justicia debe "actuar" tras la autoproclamación de Guaidó

**16:00.** Maduro rompe relaciones diplomáticas y políticas de Venezuela con EE.UU.

**15:09.** Juan Guaidó se autoproclama "presidente encargado de Venezuela"

**13:14.** Fiscalía reconsidera pedido de prisión para exvicepresidenta

**13:04.** Turismo religioso, la nueva apuesta para atraer viajeros a Cuenca

**10:43.** Accidente de tránsito cobra una vida en Paute


**01:40.** Redes sociales, otro espacio de aprobación de la violencia

**01:35.** Prisión preventiva para un presunto violador


**01:30.** Recuperan cadáver encontrado en el río Paute

**01:25.** Dos cuerpos sin ser identificados


**01:20.** Minería en Girón será consultada en marzo



**Sucesos**  
10:43



**Región**  
01:20



**Sucesos**  
01:30

Fig 24 Ultimas noticias de la portada de eltiempo.com.ec- Fuente: www.eltiempo.com.ec

Siguiendo con la exploración del portal principal de la página se encuentra anexada la página de Twitter de la noticia más relevante relacionada en este caso con la vinculación de un nuevo jugador para el Deportivo Cuenca. Aún más abajo en la misma columna a la derecha del portal se encuentra una foto de la portada que ha salido del medio impreso en este caso es del día 23 de enero del 2019.





Fig 25 Sección de enlace a Twitter dentro de la portada de eltiempo.com.ec- Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

A la izquierda de la página se encuentra un subtítulo subrayado Más Visitado, en donde se encuentran las noticias más visitadas por los usuarios durante el día en un orden de jerarquización numeradas del uno hacia el cinco.

En medio de estas dos secciones antes dichas están un título enmarcado como destacado, mostrando así la noticia que más ha impactado al lector durante el día.

#### Más visitado

- 1 **Brote de violencia provoca temor en Cuenca**
- 2 **Acuerdo matrimonial termina en violación**
- 3 **Pasaje del tranvía será gratis durante un mes**
- 4 **Venezuela se une y combate la xenofobia**
- 5 **Vía ilegal es el mayor daño en la historia del parque Cajas**

BÚSQUEDAS 

#### Destacado



Fig 26 Sección con las noticias más visitadas y la destacada en la portada de eltiempo.com.ec- Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

En la parte inferior de la página se encuentran noticias que pertenecen a sección que tratan temas de coyuntura Internacional y Cultura, también acompañada con la sección de Editorial y la caricatura del día.



**Panorama**  
16:00

**Maduro rompe relaciones diplomáticas y políticas de Venezuela con EE.UU.**

El presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, anunció este miércoles su decisión de romper relaciones diplomáticas y políticas con el Gobierno de Estado.



**Panorama**  
15:00

**Juan Guaidó se autoproclama "presidente encargado de Venezuela"**

El presidente del Parlamento venezolano, Juan Guaidó, anunció este miércoles que asume las competencias del Ejecutivo en el marco de lo que llamó la L.



**Panorama**  
16:19

**Maduro dice que la Justicia debe "actuar" tras la autoproclamación de Guaidó**

El gobernante venezolano, Nicolás Maduro, dijo este miércoles que los órganos de justicia del país deben "actuar apegados a la ley", luego de que el o.

**Editorial**

**Nueva trocha sin permisos**

Mediante mingas, los moradores de las comunidades cercanas a Patul, en el Parque Nacional Cajas, abrieron una trocha carrozable para acceder a ese poblado desde la carretera Cuenca-Molleturo-El Empalm.

**Columnistas**

- Otra perspectiva  
[Juan Diego Castañer J.](#)
- Quiebra del IESS  
[Fernando Cordero Cueva](#)
- Ser padres...  
[Redacción](#)

**Caricatura**

No más xenofobia





**Cuenca**  
15:08

**Ciudadanos protestan contra el cobro del 'impuesto verde'**



**Cultura**  
09:00

**Premian a filólogo colombiano radicado en Cuenca**



**Cultura**  
09:05

**Sinfónica local insta a crear red nacional de orquestas**

Fig 27 Sección de noticias destacadas de cada categoría. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

Finalmente hay enlaces que direccionan hacia tres revistas dentro del diario tituladas: La pluma, Panas y Cuencanidad, posteriormente se encuentra la dirección del lugar del diario acompañado con los respectivos contactos.





**EL TIEMPO**

Portada Cuenca Sucesos Opinión Deportes Region Cultura Ecuador Panorama Entretenimiento Sociales

Manténgase informado en: [f](#) [t](#) [v](#) [i](#) [g](#)

EL TIEMPO - Av. Solano 366 y Florencia Astudillo (Antes del Sindicato de Chóferes del Azuay).  
Telf: 593-7-4104020 / 593-7-4104021 / 593-7-4103673 / 593-7-4103671 / 593-7-4103677  
593-7-4103701 Fax: 593-7-4104844 Casilla: 4909 Este diario es miembro de la SIP y del INMA.

Medios Públicos EP

Fig 28 Sección final con suplementos e información de contacto de la portada de eltiempo.com.ec- Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)



Tabla 4

*Comparación resumida según las variables de distribución informativa.*

Diarios	El Mercurio	El Tiempo
<b>Distribución Informativa</b>		
Noticias destacadas	Si, en la parte principal de la página (portada) con 7 noticias, con su respectiva etiqueta de la sección a la que pertenece	Si, poseen en la parte principal de la página (portada) a lo largo del sitio: 4 en portada y más abajo según las secciones de cuenca, actualidad y región.
Ultimas Noticias	Si, en la parte inferior de las noticias destacadas, donde 2 notas se encuentran en mayor proporción con las demás.	Si, está en la parte derecha inferior de las noticias destacadas, incluso con la hora de actualización.
Coberturas especiales	Si, en cuanto a coberturas de todo ámbito, desde sucesos, arte, cultura hasta deporte	Si tienen enviados para cualquier tema de coyuntura, en cualquier sección
Foto galerías	Sí, pero no es de lo que publican como información, esta parte esta con contenido de reuniones sociales.	Si poseen galerías de fotografías, en la sección social donde actualizan contenido de reuniones, fiestas o eventos en la ciudad.
Suplementos	Si, en la última parte de	Si tiene varios

	la portada están sus diferentes suplementos: automotor, mercurito, ellas y ellos, mama y más. Existe una opción para cambiar del 1 al 4, donde están 3 suplementos por número.	suplementos el más importante es La Pluma pero tienen también panas y la cuencanidad.
Acerca de la Institución	Si, en la última parte, en el pie de página, esta una sección llamada empresa donde se muestra opciones como: Quienes somos, tarifario, código deontológico.	Al inicio tiene una opción a lado de portada, con tres barras donde al hacer clic encuentras: ediciones impresas, plan anual, quienes somos y rendición de cuentas. Al último de su página (portada) se encuentra un apartado con la dirección, números telefónicos y a quienes pertenece el diario.
Mapa del Sitio	No posee un mapa del sitio ni del equipo del trabajo en todas las secciones.	No posee un mapa del sitio: que mantenga autoridades, equipo de trabajo.

Comparación según la investigación y observación de cada página en cuanto a la distribución de contenido.

Fuente variables tabla: (Terrerros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

Tanto la página web del Mercurio como del Tiempo, se encuentran visualmente atractivas, principalmente en su portada donde el contenido informativo se encuentra segmentado por partes, para no cansar al usuario.



Lo que inquieta de manera continua en la navegabilidad de las páginas, es la publicidad que se encuentra al subir y bajar; al navegar en la portada o entrar en una noticia por ejemplo, lo cual permite que tarde en cargarse la fotografía o todo el contenido de la página ya que existen varios elementos, sobretodo en [elmercurio.com](http://elmercurio.com), quien a comparación de [eltiempo.com](http://eltiempo.com), posee más variedad al entrar en una nota: pues en las dos se encuentran las noticias más populares o visitadas o recomendaciones de lectura de noticias similares o que puede interesar al usuario, sin embargo en el mercurio, se ve más legible debido a que además del texto(titular de la noticia), se ve la imagen en miniatura.

En la portada los dos cuentan con su sección de noticias destacadas, pero cada uno de los medios con su distinción, en el mercurio: son siete noticias, con la respectiva etiqueta de la sección a la que pertenece (mundo, alcaldes, Azuay, policial, Cuenca, etcétera); mientras que en el tiempo: se destaca una noticia principal con una fotografía en mayor proporción que las demás, en total como destacadas se visualizan cuatro en principal, con la etiqueta pero lo que añade como plus, es la hora en la que fue subida la noticia en el sitio web.

En cuanto a la actualización de ultimas noticias, El Mercurio tiene un vasto selectivo de opciones distribuidas a lo largo y ancho de la página dividiendo en: ultimas noticias, elecciones 2019, sucesos, región, cultura, lo más leído, deportes, farándula, videos de YouTube, radio online, articulistas, empresarial, tendencias, reportaje, suplementos y su última parte con información general del sitio. Es decir, se actualiza lo más importante de todas las secciones en su portada, cada una con su respectiva etiqueta. Mientras que, en El Tiempo, se distribuye las últimas noticias, las más visitadas algunas secciones, no de todas las que ofrecen en su menú principal.

En cuanto a la distribución informativa, El Mercurio se ve en mayor magnitud, aglomerando todo facilidad solamente en la portada en la cual combinan: texto, audio y video, para el usuario. El Tiempo se ve más limitado en ese sentido, sin embargo, el punto fuerte es que permite visualizar la hora de publicación de la noticia, pero no existen subdivisiones marcadas como El Mercurio.



Tabla 5

Indicadores en base al análisis de publicaciones.

	El Mercurio
Imagen	Si ( 631x420 pixeles, dependiendo del espacio se varia el tamaño)
Fuente en el pie de imagen	Si, exceptuando las nacionales o internacionales
Hipervínculos en la noticia	Si, algunas con referencias a videos.
Noticias relacionadas	Si (Se abre una ventana emergente con recomendaciones de noticias)
Etiquetas	Si (Al final de algunas notas)
Opción de ampliación o reducción de texto	No
Valoración de noticia	No
Compartir en redes sociales	Si ( al final de cada nota, e incluso muestra el número de veces compartidas)
Contenido interactivo dentro de la noticia	A veces
Contenido multimedia como complemento	Algunas noticias, las más importantes

Resultados en cuanto a la investigación de publicaciones de las notas publicadas en el sitio web:  
ww2.elmercurio.com.ec

Fuente variables tabla: (Terreros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

Las publicaciones de diario el Mercurio son de la siguiente forma:





Fig 29 Publicación de nota dentro del sitio de elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

El título, con el lead respectivo, la parte de redes sociales para compartir en las redes sociales como Facebook, Twitter, google y Pinterest, más la imagen en plana.



Fig 30 Contenido textual de la nota digital de elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Después la información correspondiente, con la fuente donde fue consultada y el uso de un hipervínculo que redirige a 1800inmigrante.com. Cuenta con el uso de dos etiquetas lo cual son Azuay y Ecuador.

Lo que no tiene, es la opción de aumentar y reducir la letra para la facilidad de lectura para algún usuario que necesite la misma, no cuenta un espacio para valorar la noticia como por ejemplo de uno a cinco el puntaje, tampoco la imagen cuenta con el nombre o de donde se ha tomado, no tiene ningún contenido como complemento multimedia de video o audio, ni ningún contenido interactivo como infografía,

En sus redes sociales son publicadas de la siguiente forma: Facebook



Fig 31 Publicación de nota en la red Facebook de El Mercurio:  
Fuente: [https://www.facebook.com/diarioelmercurio/?ref=br\\_rs](https://www.facebook.com/diarioelmercurio/?ref=br_rs)

Título, etiquetas, enlace a la nota en la página web.

Twitter.

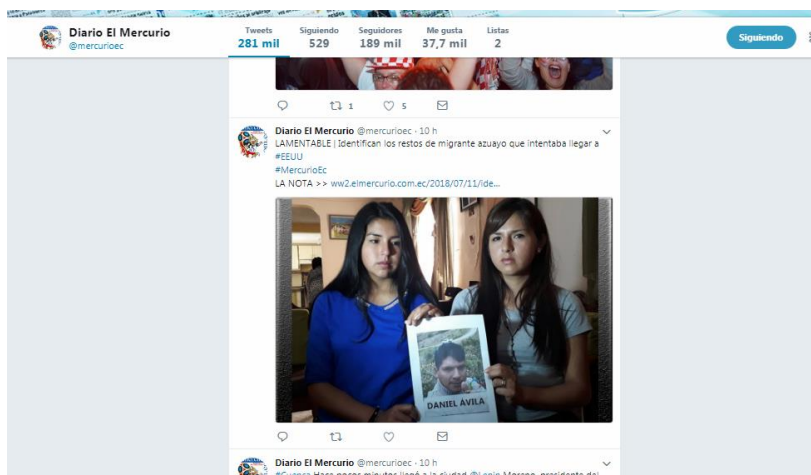


Fig 32 Publicación de la nota en la red Twitter de El Mercurio- Fuente: <https://twitter.com/mercurioec>



Título, etiquetas y enlace a la nota en la página web.

Como hemos establecido estas anteriormente, estas son dos de sus plataformas más visitadas, por lo cual cualquier contenido que se publica en la página se remite en estas redes sociales, lo cual podemos tener la interacción y comentarios dentro de las mismas. Lo que se hace en las dos es utilizar el mismo título que se publica en la página, solo aumentando el uso de un “hashtag” (etiqueta en español, utilizada en palabras para dar tendencia, se la identifica con el símbolo numeral “#”) de ahí directamente al copiar el enlace, como vista previa se visualiza la misma imagen que fue publicada en su lugar de origen.

Debido el auge de las elecciones, tienen una sección con ese nombre donde existen opciones como: Alcaldes, concejales y prefectos; donde comparten la noticia con la fotografía respectiva y la entrevista del candidato en video.

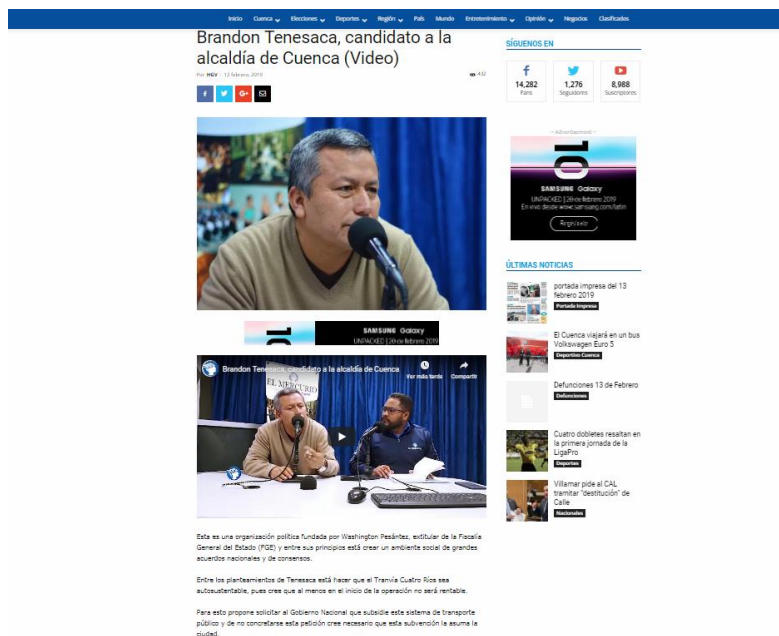


Fig 33 Publicación de nota en elmercurio.com.ec con contenido multimedia: ww2.elmercurio.com.ec

El uso de hipervínculos dentro de la noticia no se utiliza como recurso anexo a la información que emiten en la página web, solo se utiliza la estrategia de recomendar noticias en común.

## Respecto al diario impreso.

Todas las noticias del diario impreso, son traspasadas tal cual al medio digital es decir en el texto, fotografía y pies de foto. En este caso, tomamos como ejemplo las noticias más importantes de cada sección la de portada, Azuay y deportes.

En este caso sobre la noticia, es el mismo título: Es ilegal ofertar transporte vía “app”, la misma fotografía dentro de la nota, el texto con la misma extensión. Solo lo que diferencia es que, en el impreso, existen dos opiniones de personas, sobre el tema. No existe algún vínculo de audio, video (que pudieron servir para escuchar o ver la opinión de la gente, como se hace en texto en el impreso) o más fotografías.



**2A CUENCA** Cuenca, miércoles 13 de febrero de 2019

### 30 vehículos han sido retenidos por utilizar la aplicación inDrive

## Es ilegal el transporte vía “app”

**Servicios**

“AzuTaxi” es la única plataforma legal y que es usada por la Unión de Taxis del Azuay.

“La aplicación inDrive y cualquier otra aplicación que oferte el servicio de transporte con vehículos particulares es ilegal...”, asevera Carlos Balazero, gerente de Control de Transporte Terrestre y Tránsito de la Empresa Municipal de Movilidad (EMOV EP).

Es que si bien a nivel mundial, los aplicativos como Uber, Cabify y la más reciente en el país inDrive, son “populares” para solicitar el servicio de “taxis”, en Ecuador, de acuerdo con la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, que establece los diferentes tipos de servicio de transporte, entre ellos el comercial y dentro de este el denominado taxi que da servicio de transporte de pasajeros. Para prestar dicho servicio, el vehículo necesita un título habilitante que lo entregue el Estado, y en el caso de Cuenca la EMOV EP y cumplir con la normativa vigente.

Balazero indica que en los controles de transporte informal se han retenido a más de 30 vehículos por ofrecer el servicio mediante apps.

Se ha sancionado a los conductores de acuerdo a la infracción tipificada en el Código Orgánico Integral Penal (COIP) que en el artículo 386 numeral 1, sanciona con el pago de dos salarios básicos (788 dólares), reducción de siete puntos en la licencia de conducir y la retención de conducir y la retención de siete días del autocónvil.

**Seguridad**

Carlos (nombre protegido), conductor que hace carreras con inDrive, menciona que el sistema es bueno y seguro, ya que la aplicación permite ver a quien solicita la carrera los datos del chofer como: nombre, color, tipo de vehículo, color, número de placa, número de teléfono, entre otros. El trabaja con inDrive desde que empezó a conducir, y hasta ahora su experiencia ha sido positiva. Aclara que no busca hacer dinero ofreciendo transporte de esta forma; al contrario, para él significa un ingreso extra.

“Muchos pueden considerar que con las aplicaciones hay una competencia desleal con los taxistas, pero hay que entender que la tecnología avanza y eso no se puede evitar”, opina.

Para Carlos al final es el cliente el que elige quien le transporte y como ocurre en otros países, es una forma de romper con el “monopolio” de la transportación.

Edwin Cáceres, técnico de teléfonos celulares, considera que las personas eligen usar las aplicaciones por el servicio, que en ocasiones resulta mejor que el de taxis formales. “He utilizado algunas veces un aplicativo y no he tenido inconvenientes”, dice.

Mientras que Yuber Paye, usuario, cree que hay inseguridad al utilizar estas plataformas, pues no se conoce al conductor o puede que al finalizar la carrera quien cobrar otro precio del ofertado. (PVT-1)

**Entrecomillas**

**Edwin Cáceres**  
“La mayoría de personas opta por estas aplicaciones porque ofrecen seguridad y calidad del servicio. Las mujeres, generalmente, son las que más las utilizan”

**Yuber Paye**  
“Las aplicaciones tienen sus ventajas. El tiempo y facilidad para conseguir un taxi y el precio de la carrera, que es más económico, es lo que atrae a la gente”

**“Competencia desleal”**

Holivar Sucuzhatay, presidente de la Unión de Taxistas del Azuay, reiteró el rechazo de parte del gremio al uso de aplicaciones como inDrive, ya que son utilizadas por vehículos particulares, con conductores que no tienen licencia profesional ni títulos habilitantes. El dirigente manifiesta que en el país prevalece lo que dice la ley y estos aplicativos no deben funcionar, porque se recoge el dinero y va a “personas físicas”. Además, provoca una competencia desleal con los taxistas profesionales. (PVT-1)

**El transporte en vehículos particulares de acuerdo con la ley es para satisfacer necesidades personales sin fines de lucro.**

Fig 34 Nota publicada “es ilegal el transporte vía app” en diario impreso de El Mercurio


Inicio
Cuenca
Elecciones
Deportes
Región
País
Mundo
Entretenimiento
Opinión
Negocios
Clasificados

## Es ilegal ofertar transporte vía “app”

“AzuTaxi” es la única plataforma legal y que es usada por la Unión de Taxistas del Azuay.

Por PW | 13 febrero, 2019

14,293 Fans
1,279 Seguidores
9,047 Suscriptores



En la ciudad hay más de 20 conductores que dan el servicio de transporte utilizando la “app” inDriver. P28

La gestión de proyectos ahora es más fácil. [Comenzar Prueba Gratis](#)

“La aplicación inDriver y cualquier otra aplicación que oferte el servicio de transporte con vehículos particulares es ilegal...”, asevera Carlos Balarezo, gerente de Control de Transporte Terrestre y Tránsito de la Empresa Municipal de Movilidad (EMOV EP). Es que si bien a nivel mundial, los aplicativos como Uber, Cabify y la más reciente en el país inDriver, son “populares” para solicitar el servicio de “taxis”, en Ecuador, de acuerdo con la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial, que establece los diferentes tipos de servicio de transporte, entre ellos el comercial y dentro de este el denominado taxi que da servicio de transporte de pasajeros. Para prestar dicho servicio, el vehículo necesita un título habilitante que lo entrega el Estado, y en el caso de Cuenca la EMOV EP, y cumplir con la normativa vigente. Balarezo indica que en los controles de transporte informal se han retenido a más de 30 vehículos por ofertar el servicio mediante inDriver.

**Seguridad**

Carlos (nombre protegido), conductor que hace carreras con inDriver, menciona que el sistema es bueno y seguro, ya que la aplicación permite ver a quien solicita la carrera los datos del chofer como: nombre, fotografía, tipo de vehículo, color, número de placa, número de teléfono, entre otros. Él trabaja con inDriver desde enero pasado y hasta ahora su experiencia ha sido positiva. Aclara que no busca hacer dinero ofreciendo transporte de esta forma; al contrario, para él significa un ingreso extra. “Muchos pueden considerar que con las aplicaciones hay una competencia desleal con los taxistas, pero hay que entender que la tecnología avanza y eso no se puede evitar”, opina. Para Carlos al final es el cliente el que elige quien le transporte y como ocurre en otros países, es una forma de romper con el “monopolio” de la transportación. Edwin Cáceres, técnico de teléfonos celulares, considera que las personas eligen usar las aplicaciones por el servicio, que en ocasiones resulta mejor que el de taxis formales. “He utilizado algunas veces un aplicativo y no he tenido inconvenientes”, dice. Mientras que Yuber Payé cree que hay inseguridad al utilizar estas plataformas, pues no se conoce al conductor o puede que al finalizar la carrera quiera cobrar otro precio del ofertado. (PVI)-(1)


**“Competencia desleal”**

Bolívar Sucuzhañay, presidente de la Unión de Taxistas del Azuay, reiteró el rechazo de parte del gremio al uso de aplicaciones como inDriver, ya que son utilizadas por vehículos particulares, con conductores que no tienen licencia profesional ni títulos habilitantes. El dirigente manifiesta que en el país prevalece lo que dice la ley y estos aplicativos no deben funcionar, porque se recoge el dinero y va a “paraísos fiscales”. Además, provoca una competencia desleal con los taxistas profesionales. (PVI)-(1)

Comparte esto:


14,293 Fans
1,279 Seguidores
9,047 Suscriptores

### ÚLTIMAS NOTICIAS




Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas vías de tratamiento

[Ver noticia](#)




Capturan a 2 ‘coyotes’ con 6 inmigrantes de Ecuador e India que iban a...

[Ver noticia](#)




Oso perezoso regresó a su hábitat natural

[Ver noticia](#)




Manifestaciones en contra del gobierno de Lenin Moreno en varios lugares del país (FOTOS-VIDEO)

[Ver noticia](#)



Steinmeier inicia primera visita de un presidente...

[Ver noticia](#)



Estrena Chevrolet Nuevo

Entrega el Chevrolet que Cuenca con Prueba Inguirita y Vida Beneficia Para Ti

Fig 35 Nota digital “es ilegal transporte vía app” en elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Mario Lahuatte B.  
Carlos Orden V.

103

Sección Azuay:

Impreso



Fig 36 Nota publicada "cantón Girón, una mirada más allá de lo urbano" en diario impreso de El Mercurio.





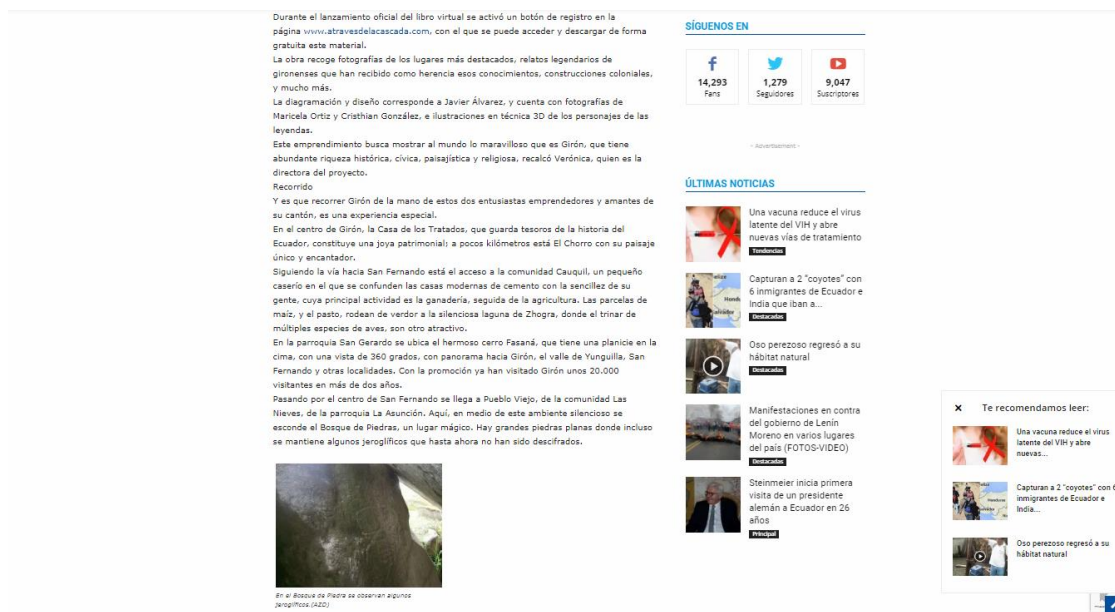


Fig 37 Nota publicada “cantón Girón, una mirada más allá de lo urbano” en diario digital elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com. ec

Aquí solo varía el uso de hipervínculo, en la nota que remite hacia el sitio del proyecto del que hablan: “Durante el lanzamiento oficial del libro virtual se activó un botón de registro en la página [www.atravesdelacascada.com](http://www.atravesdelacascada.com), con el que se puede acceder y descargar de forma gratuita este material”

En texto, fotografía, título es el mismo contenido.

## Sección Deportiva:

Como mencionamos en los anteriores ejemplos: el mismo título, fotografía, texto y pie de página del impreso en la parte digital, sin embargo, en el impreso existe un apartado con referencia “entrega de bus al deportivo cuenca” que se encuentra en un cuadro verde, lo cual en el digital no existe esa información.

Impreso

Sección

B

DEPORTES

Cuenca, miércoles 13 de febrero de 2019

[www.elmercurio.com.ec](http://www.elmercurio.com.ec)  
[deportes@elmercurio.com.ec](mailto:deportes@elmercurio.com.ec)



El Real Madrid es el club

El Real Madrid, el FC Barcelona encierran en el top 10 m deportivos con respecto a

## El Cuenca revisa sus debilidades para un compromiso de altura

**Deportivo Cuenca**

El domingo visitará a Mushuc Runa. Hoy hará un entrenamiento conjunto con Gualaceo SC en Azogues.

**El delantero Raúl Becerra y el ecuatoriano Fidel Martínez fueron los delanteros elegidos por la LigaPro en el octavo ideal de la primera fecha de la Serie A. Los dos marcaron un doblete para el triunfo del Deportivo Cuenca y Barcelona SC, respectivamente.**

"Para cualquier delantero, marcar en el primer partido siempre es importante... pero no me quedo mucho con los goles porque en sí el funcionamiento en el personal no fue de la mejor manera".

**Goleador cuencano**

El delantero fue autocrítico de cara al próximo compromiso con Mushuc Runa. Reconoce que el rendimiento frente a Independiente del Valle no fue el mejor pero está seguro que cambiará conforme pasen los partidos. El primer tiempo les dejó algunos apuros.

"No tenemos la posibilidad de hacernos dueños del juego, pasamos entre 10 a 15 minutos sin tener el control del balón, no generamos situaciones... nos encontramos diferentes a lo que veníamos haciendo en la pretemporada pero siempre es así, en principio no se puede obtener el mejor funcionamiento de entrada".

Con el conjunto del "Ponchito" avizora un duelo difícil porque está acostumbrado a jugar de manera intensa y aguerri-da como en la Serie B. Además se jugará a las 14:00 y en un estadio

ubicado a 3.246 m.s.n.m., el más alto del país. Supera incluso al "20 de Enero" de Cañar situado a 3.160 m.s.n.m.

**Altura**

Marco Mosquera está convencido que la altura no les afectará. Afirma más bien que durante la semana tratarán de mejorar en la tenencia de pelota, en procurar un mejor cierre en defensa y que las transiciones sean más fluidas. La consigna es presionar, no dejarle pensar al rival.

Mosquera confirma que los volantes de contención tienen libertad para generar juego mientras no pongan en riesgo la marca, su principal misión. (BST-ID)

**Entregan otro bus al Cuenca**

Un bus Volkswagen 17.260 con tecnología Euro 5 entregable con el medio ambiente al emitir menos gases contaminantes y con un valor comercial entre 120 y 180 mil dólares recibió ayer Deportivo Cuenca de parte de Brians Ecuador S.A. gracias a un convenio por parte publicitario. Del evento formal fueron parte el DT Luis Soler, el AT Máximo Villafañe y los jugadores Edison Preciado, Brian Heras, Marco Mosquera, Anthony Bedoya y Brian Caceres. El bus tiene una capacidad para 42 pasajeros, cuenta con aire acondicionado, calefacción, televisor de 43", dos cámaras de video, batería solar, (BST-ID)

**3 jugadores del Cuenca fueron considerados en el 11 ideal de la primera fecha de la LigaPro. A Becerra se suman Carlos Cuero y Emmanuel Martínez.**

Fig 38 Nota publicada en sección deportes "el Cuenca revisa sus debilidades para un compromiso de altura" en diario impreso de El Mercurio.

Digital:

Inicio

Cuenca

Elecciones

Deportes

Región

País

Mundo

Entretenimiento

Opinión

Negocios

Clasificados

Deportes

Deportes Cuenca

## El Cuenca revisa sus debilidades para un compromiso de altura

El domingo visitará a Mushuc Runa. Hoy hará un entrenamiento conjunto con Gualaceo SC en Azogues.

Por BST - 13 febrero, 2019

14,293

Fans

1,279

Seguidores

9,047

Suscriptores



El argentino Raúl Becerra y el paraguayo Luis Amarilla fueron los delanteros elegidos por la LigaPro en el octavo ideal de la primera fecha de la Serie A. Los dos marcaron un doblete para el triunfo del Deportivo Cuenca y Universidad Católica, respectivamente.

"Para cualquier delantero, marcar en el primer partido siempre es importante... pero no me quedo mucho con los goles porque en sí el funcionamiento en el personal no fue de la mejor manera".

El delantero fue autocrítico de cara al próximo compromiso con Mushuc Runa. Reconoce que el rendimiento frente a Independiente del Valle no fue el mejor pero está seguro que

### SÍGUENOS EN

### ÚLTIMAS NOTICIAS

- Restos de un reptil marino hallados en Argentina entusiasman a científicos
- Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas vías de tratamiento
- Capturan a 2 "coyotes" con 6 inmigrantes de Ecuador e India que iban a...
- Oso perezoso regresó a su hábitat natural
- Manifestaciones en contra



Fig 39 Nota publicada en sección deportes "el cuenca revisa sus debilidades para su compromiso de altura" en diario digital: elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

Todas las noticias que se encuentran en el medio impreso son traspasadas textualmente al medio digital, con la misma fotografía, no existe la extensión de más imágenes, videos o audios; aunque en algunos casos se ve la incorporación de hipervínculos, salvo excepciones donde se incorpora video a la nota como ejemplo sobre las entrevistas de los alcaldes para las elecciones 2019, sin embargo de este día 13 de febrero no se vio la inserción de esa opción, en el impreso se ve una infografía, mientras que en el digital se ve dividido por subtemas, aquí cambiaron el título.



Impreso:

Postulante a la Alcaldía por la alianza Igualdad-CREO, Lista 82-21

## Apuesta por innovación tecnológica

**Candidatos**

El actual alcalde propone un plan para el apoyo y asistencia para proyectos de innovación.

En esta novena entrega del seriado con las propuestas de los candidatos a la Alcaldía de Cuenca constan los planteamientos de Marcelo Cabrera, quien busca la reelección. Para estos comicios seccionales el movimiento Igualdad (Lista 82), cuyo máximo líder es Cabrera, firmó una alianza con el movimiento Creando Oportunidades (CREO) (Lista 21).

Las propuestas de Cabrera giran en torno a cuatro ejes: cuidar a las familias cuencanas, garantizar buenos servicios para la población, promover una ciudad turística y bilingüe, y convertir a la ciudad en la capital de la innovación tecnológica.

Considera que uno de los principales retos a enfrentar en la próxima administración es volver sustentable al Tránsito Cuatro Ríos, y que la principal opción de tarifa es de 35 centavos de dólar. El primer mes sea gratis.

Cuenca debe tener el

**Propuestas sobre temas claves para Cuenca**

**Construir 5 polideportivos**  
Marcelo Cabrera ofrece la construcción de 5 polideportivos que incluye el de La Gloria. Dos de estos equipamientos están en los sectores de Miraflores y Cachapaza. Servirán para programas deportivos y culturales de niños y jóvenes.

**Obras viales**  
Propone extender hasta el sector rural el programa municipal denominado Barrio para Mejor Vivir, que en esta Administración alcanzó aproximadamente 220 kilómetros lineal de vías entre hormigón rígido y hormigón asfáltico.

**Agua y saneamiento**  
Ofrece la construcción del proyecto de agua potable de Collasuma, para las comunidades de la parroquia Tarqui, y el Moya, para servir a Quíngico, Santa Ana, Cumbre y El Valle. Además, la Planta de Tratamiento de Guarcacocha.

**Construcción de mercados**  
Plantea la construcción de un nuevo mercado municipal, cuyos estudios serán entregados en junio, además de la remodelación de El Arenal. Igualmente, la construcción de mercados en Tobacocha, El Cebollar y Ochoa Lón.

**Terminal y aeropuerto**  
Tiene prevista la remodelación de la actual Terminal Terrestre de Cuenca con modernos equipamientos y una inversión de cerca de 30 millones de dólares para una intervención del aeropuerto que incluye la ampliación de la pista.

**Feria del libro**  
Plantea gestionar para que Cuenca sea una de las sedes de la Feria Internacional del Libro, además de potenciar encuentros de cultura como la Beca, Festival de la Lira, además de otros que ayuden a la promoción cultural y turística.

**240** bicicletas tiene previsto incorporar el Municipio de Cuenca para el proyecto denominado Bicicleta Pública.

mayor incidencia local: cáncer de mama y la artritis reumatoide. Plantea que incrementará el monto de los presupuestos participativos que se entrega a las juntas parroquiales y continuará con el plan de descentralización de competencias a las parroquias rurales. Actualmente hay seis en este proceso.

Recuerda que se mantiene la propuesta de construcción de la Nueva Circunvalación, para lo que sostiene que hay al menos 25 consorcios que quieren financiar la ejecución de esta obra vial.

En cuanto a vivienda social indica que en esta gestión se han entregado unas 1.000 viviendas, de las 5.000 ofrecidas, y que de permanecer en el poder impulsará pequeños planes habitacionales y otros privados para cumplir esta cifra.

Cabrera plantea incrementar el área verde, advierte que cuando asumió la Alcaldía había cinco metros cuadrados (m²) por habitante y ahora subió a 11, y prevé pasar este año a 15. El estándar internacional es de 10 m². (CS)

Fig 40 Nota publicada en sección elecciones 2019 en diario impreso de El Mercurio

Digital:

Inicio Cuenca Elecciones Deportes Región País Mundo Entretenimiento Opinión Negocios Clasificados

Elecciones 2019 Actualidad Cuenca

### Cuatro ejes en la propuesta de Marcelo Cabrera

En esta novena entrega del seriado con las propuestas de los candidatos a la Alcaldía de Cuenca constan los planteamientos de Marcelo Cabrera, quien busca la reelección.

Por: CSM 13 febrero 2019

14,293 Favs 1,279 Seguidores 9,047 Suscriptores

ÚLTIMAS NOTICIAS

Restos de un reptil marino hallados en Argentina entusiasman a científicos **Tendencias**

Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas vías de tratamiento **Tendencias**

Capturan a 2 "coyotes" con 6 inmigrantes de Ecuador e India que iban a... **Destacadas**

Oso perezoso regresó a su hábitat natural **Destacadas**

Manifestaciones en contra

Marcelo Cabrera, candidato a la Alcaldía de Cuenca por alianza entre los movimientos Igualdad y Creando Oportunidades (CREO).

Para estos comicios seccionales el movimiento Igualdad (Lista 82), cuyo máximo líder es Cabrera, firmó una alianza con el movimiento Creando Oportunidades (CREO) (Lista 21).

Las propuestas de Cabrera giran en torno a cuatro ejes: cuidar a las familias cuencanas; garantizar buenos servicios para la población; promover una ciudad turística y bilingüe; y convertir a la ciudad en la capital de la innovación tecnológica.

Considera que uno de los principales retos a enfrentar en la próxima administración es volver sustentable al Tránsito Cuatro Ríos, y que la principal opción de tarifa es de 35 centavos de dólar. El primer mes será gratis.

#### Transporte

"Cuenca debe tener el Sistema Integrado de Transporte (SIT), que esté completamente definido con cinco líneas de alimentación al tránsito, pues el sistema tiene que ser integrado...", señala.

Ofrece un programa para promover las potencialidades de los niños y jóvenes para lo que usarán los 12 centros de integración comunitaria hechos en esta administración; las casas restauradas y cinco polideportivos que plantea construir.

Igualmente anuncia la potenciación de la empresa Farmasol, que tiene 30 sucursales, para producir medicinas para atender dos enfermedades de mayor incidencia local: cáncer de mama y la artritis reumatoide.

Plantea que incrementará el monto de los presupuestos participativos que se entrega a las juntas parroquiales y continuará con el plan de descentralización de competencias a las parroquias rurales. Actualmente hay seis en este proceso.

#### Validad

Recuerda que se mantiene la propuesta de construcción de la Nueva Circunvalación, para lo que sostiene que hay al menos 25 consorcios que quieren financiar la ejecución de esta obra vial.

En cuanto a vivienda social indica que en esta gestión se han entregado unas 1.000 viviendas, de las 5.000 ofrecidas, y que de permanecer en el poder impulsará pequeños planes habitacionales y otros privados para cumplir esta cifra.

Marcelo Cabrera ofrece la construcción de cinco polideportivos que incluye el de La Gloria. Dos de estos equipamientos estarán en los sectores de Miraflores y Cuzapata. Servirán para programas deportivos y culturales, principalmente, de niños y jóvenes.

#### Obras viales

Propone extender hacia el sector rural el programa municipal denominado Barrio para Mejor Vivir, que en esta administración alcanzó aproximadamente 220 kilómetros (km) de vías entre hormigón rígido y hormigón asfáltico en diferentes sectores de la ciudad.

#### Agua y saneamiento

Ofrece la construcción del proyecto de agua potable de Collaloma, para las comunidades de la parroquia Tarqui, y el Moya para servir a Quinceo, Santa Ana, Cumbe y El Valle. Además la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales de Guangarcucho.

#### Construcción de mercados

Plantea la construcción de un nuevo mercado mayorista, cuyos estudios serán entregados en junio, además de la remodelación integral del centro comercial El Arenal. Igualmente la construcción de mercados en Totoracocha, El Cebollar y Ochoa León.

#### Terminal y aeropuerto

Tiene previsto la remodelación de la actual Terminal Terrestre de Cuenca con modernos equipamientos y una inversión de cerca de 30 millones de dólares para una intervención del aeropuerto Mariscal La Mar, que incluye la ampliación de la pista.

#### Feria del libro

Plantea gestionar para que Cuenca sea una de las sedes de la Feria Internacional del Libro, además de potenciar encuentros de cultura como la Bienal Internacional, Festival de la Lira, además de otros que ayuden a la promoción cultural y turística de la urbe.

Comparte esto:



#### ÚLTIMAS NOTICIAS



Restos de un reptil marino hallados en Argentina entusiasman a científicos



Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas vías de tratamiento



Capturan a 2 "coyotes" con 6 inmigrantes de Ecuador e India que iban a...



Oso perezoso regresó a su hábitat natural



Manifestaciones en contra del gobierno de Lenin Moreno en varios lugares del país (FOTOS-VIDEO)

#### X Te recomendamos leer:



Restos de un reptil marino hallados en Argentina entusiasman a científicos



Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas...



Capturan a 2 "coyotes" con 6 inmigrantes de Ecuador e India...

#### ÚLTIMAS NOTICIAS



Restos de un reptil marino hallados en Argentina entusiasman a científicos



Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas vías de tratamiento



Capturan a 2 "coyotes" con 6 inmigrantes de Ecuador e India que iban a...



Oso perezoso regresó a su hábitat natural



Manifestaciones en contra del gobierno de Lenin Moreno en varios lugares del país (FOTOS-VIDEO)

#### X Te recomendamos leer:



Restos de un reptil marino hallados en Argentina entusiasman a científicos



Una vacuna reduce el virus latente del VIH y abre nuevas...



Capturan a 2 "coyotes" con 6 inmigrantes de Ecuador e India...

Fig 41 Nota publicada en sección elecciones 2019 en diario digital de elmercurio.com.ec- Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

**Diario El Tiempo***Tabla 6**Indicadores en base al análisis de publicaciones*

	El Tiempo
Imagen	Si ( 841x412 pixeles, dependiendo del espacio se varia el tamaño)
Fuente en el pie de imagen	Si, remitiendo de donde ha sido sacada la fotografía.
Hipervínculos en la noticia	Si, en algunas se subraya ciertas palabras claves que remiten hacia otras noticias publicadas por el medio.
Noticias relacionadas	Si
Etiquetas	No dentro de la noticia
Opción de ampliación o reducción de texto	No
Valoración de noticia	No
Compartir en redes sociales	Si, en la parte izquierda de la primera foto de la noticia. Facebook, twitter y whatsapp
Contenido interactivo dentro de la noticia	No, pero en algunas noticias se muestran bastantes fotografías con infografías.
Contenido multimedia como complemento	Algunas noticias, las más importantes.

Resultado de la investigación en cuanto a publicaciones de la página de [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

Fuente variables tabla: (Terreros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

Las publicaciones de diario el Tiempo son de la siguiente forma:



Fig 42 Nota publicada en el sitio web de eltiempo.com.ec- Fuente: www.eltiempo.com.ec

El título, con el lead respectivo, la parte de redes sociales para compartir en: Facebook, twitter, You Tube, Instagram y whatsapp; más la imagen en plana.

No posee hipervínculos no tiene la opción de aumentar y reducir la letra para la facilidad de lectura para algún usuario que necesite la misma, no cuenta un espacio para valorar la noticia como por ejemplo de uno a cinco el puntaje, tampoco la imagen cuenta con el nombre o de donde se ha tomado, no tiene ningún contenido como complemento multimedia de video o audio, ni ningún contenido interactivo como infografía,

En sus redes sociales son publicadas de la siguiente forma: Facebook



Fig 43 Publicación de nota dentro de la red Facebook de eltiempo.com.ec- Fuente: <https://www.facebook.com/eltiempocuenca/>

Título, etiquetas, enlace a la nota en la página web.

Twitter.



Fig 44 Publicación de nota dentro de la red Twitter de eltiempo.com.ec- Fuente: <https://twitter.com/eltiempocuenca>

Título, etiquetas y enlace a la nota en la página web.

Como hemos establecido estas anteriormente, estas son dos de sus plataformas más visitadas, por lo cual cualquier contenido que se publica en la página se remite en estas redes sociales, lo cual podemos tener la interacción y comentarios dentro de las mismas. Lo que se



hace en las dos es utilizar el mismo título que se publica en la página, solo aumentando el uso de un “hashtag” (etiqueta en español, utilizada en palabras para dar tendencia, se la identifica con el símbolo numeral “#”) de ahí directamente al copiar el enlace, como vista previa se visualiza la misma imagen que fue publicada en su lugar de origen.

CUENCA

Fallo a favor de conservar bosque Collay

Redacción WEB - 12 de Febrero de 2019, 09:15

494 VECES

LO ÚLTIMO DE REDACCIÓN WEB

Confiteca expone chicle en Feria Internacional ISM

Haga su propio stan financiero y ahorre por un sueño

Concierto benéfico en Pumapungo

Voices y la sinfónica universitaria en el teatro Sucre

Denise Murz te pone a bailar con "Rincón de Sirenas"

Inspección técnica en la vía Cuenca-Molleburo



Miembros de la Junta de Agua Potable de Guachalán apoyaron la resolución a favor de conservar el bosque protector Collay, afectado por una camellera ilegal.

FOTO: Cortesía

La resolución de la audiencia contra la apertura de la vía ilegal en el bosque protector Collay declaró la responsabilidad del Gobierno Provincial del Azuay y de Antonio Castillo por violentar el derecho a la naturaleza.

El dictamen, que se dio a conocer la tarde del lunes 11 de febrero de 2019, estableció que deben reforestar 5.577 metros cuadrados en un tiempo que no sea mayor a los seis meses.

Juan Diego Buzón, alcalde de Gualaquío, sostuvo que "este dictamen deja precedentes para que no se toquen los páramos. Se hizo justicia porque se vulneraron los derechos de la naturaleza".

En tanto, la defensa de la Prefectura del Azuay apelará la resolución tomada por el juez de Garantías Penales de Gualaquío, Geovanny Arce.

Jorge Coello, alcalde de Chordeleg y presidente de la Mancomunidad del Collay, señaló que es importante el fallo que se logró y aseguró que no están en contra de buscar una alternativa de conexión con los pueblos amazónicos, pero que esto debe contar con los estudios pertinentes para no afectar al ambiente.

Más visitado

Más de 100 suplementos decomisados

Simulacro de accidente tránsito pone a prueba plan de emergencia

Una patrulla inca revisión vehicular aleatoria

Aumento el registro diario de sismos en el Azuay

Tres casas patrimoniales están en riesgo

Mujeres científicas de Azuay mostrarán sus ideas

Conductor imprudente es sancionado

Análisis por multas en tránsito

Una Promoción para Enamorarse



Per compras mayores a \$20 en peluches, GRÁTIS una caja de CHOCOLATES NESTLÉ

VER MÁS

Dal 8 al 14 de febrero de 2019 a hasta 50% de descuento

Antecedente

El 21 de enero de 2019 los usuarios del sistema de agua potable del no San Francisco presentaron una acción de protección para evitar que continúe la apertura de una vía alterna a la Gualaquío-Limon Indanza que afecta el bosque protector de Collay.

La trocha del camino fue abierto en dos frentes de trabajo, en el sector de La Unión de Chordeleg y otro en Chaudán, perteneciente a la parroquia Remigio Crespo de Gualaquío.

Técnicos del Ministerio del Ambiente, MAE, y representantes de la Mancomunidad del Collay en conjunto con los ciudadanos que defienden la apertura de este acceso vial, realizaron un recorrido, el 10 de enero, para analizar el impacto de estos trabajos.

El informe del MAE concluye que "la vía intersecta con el área de bosque y vegetación protectora de Collay, que la actividad ejecutada no cuenta con estudios técnicos, permisos municipales de uso de suelo, ni regularización ambiental". Además, menciona que las acciones realizadas han generado movimiento de tierra, destrucción de la vegetación nativa en el ABRV, lo que se ha generado alteraciones de los componentes: biodiversidad, agua, suelo y paisaje.

Bosque protector del Collay afectado con vía ilegal



**Problemática**

Los representantes del cantón Limón Indanza alegaron, durante su defensa, que estas acciones se tomaron como una forma de garantizar la existencia de vía que les conecte con la provincia de Azuay. El procurador Síndico del GAD Municipal de Limón Indanza, Edwin Condo, explicó que pretenden defender el derecho que tienen los pobladores amazónicos de contar con una vía adecuada ya que los cierres constantes de la Cuenca-Quilacoo-Limón Indanza les ha representado grandes pérdidas.

Dicha vía permanece cerrada desde el 20 de noviembre de 2018 debido al constante desprendimiento de material en el sector del Ingamulo II. A la fecha el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, MTOP, ejecuta trabajos en la corona del deslizamiento donde realiza un barrido de la zona.

En una rueda de prensa ofrecida por las autoridades, Mónica Quezada, directora del MTOP, explicó que los trabajos de barrido se entenderán hasta el mes de marzo y que luego de este tiempo se tomarán cuatro meses más (marzo-julio) para colocar tres mallas dinámicas, con cierres programados de la vía. Los dispositivos evitarán que el material pétreo caiga al camino.

Las autoridades señalaron que los trabajos que se ejecutarán hasta julio de 2019 costarán 8 000 000 de dólares. El monto se suma a los más de 50 000 000 de dólares que ya se invirtieron en el arreglo de esta vía. **(B)**



Fig 45 Nota publicada dentro del sitio web de eltiempo.com.ec: con el uso de infografías e hipertexto.- Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

En ciertas notas de investigación a fondo se utiliza el hipertexto y el uso de infografías, aunque no utilizan la función de video o audio para complementar la nota.

### Respecto al diario impreso.

Al igual que elmercurio.com, el sitio web de El Tiempo, se encarga de subir la misma información textual en cuanto a títulos, pies de página y contenido de la noticia; la misma fotografía y no existe la opción multimedia anexada a la nota para completar una información digital a diferencia del impreso.

Sección ciudad:



Fig 46 Nota publicada "riesgo en la vía Cuenca- Molleturo por deslizamientos" en diario impreso de El Tiempo.

Digital:

**REGIÓN**

## Riesgo en la vía Cuenca-Molleturo por deslizamientos

Redacción - 13 de Febrero de 2019 01:20

305 veces





**LO ÚLTIMO DE REDACCIÓN**

-  Registro social actualiza base de datos para beneficiarios del MIES
-  Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia
-  110 denuncias por daños al ambiente en el Azuay
-  Foro sobre política y violencia
-  Vacaciones con sueldo para concejales candidatos
-  Actividades por



Vehículos detenidos por la obstrucción de un carril en el kilómetro 71 de la vía Cuenca- Molleturo- El Empalme, debido al deslizamiento de material.

Ayer, los técnicos del Ministerio de Transporte y Obras Públicas inspeccionaron el talud desde donde se desprendieron las rocas y concluyeron que hay material suelto aun por deslizarse, por lo que recomendaron a los ciudadanos circular por vías alternas para evitar accidentes y contratiempos.

La caída de una roca de gran tamaño y tierra, al medio día de ayer, provocó el cierre de un carril en el kilómetro 71 de la vía Cuenca- Molleturo- El Empalme, lo que complica la circulación en el sector. El Ministerio de Transporte y Obras Públicas, MTOP, recomendó tomar vías alternas.

#### Más visitado

- 1 Tres acciones para mitigar caída de rocas en Molleturo
- 2 Oña se llena de pintorescas casas, lagunas y miradores
- 3 Riesgo en la vía Cuenca-Molleturo por deslizamientos
- 4 110 denuncias por daños al ambiente en el Azuay
- 5 Dictamen por caso de vía ilegal en el Collay se conocerá el lunes
- 6 Vías hacia la Amazonia, parcialmente habilitadas
- 7 Loja se prepara para realizar una masiva reforestación
- 8 Asociación Hotelera del Azuay tiene nueva sede





La noche del lunes cayó material en el kilómetro 71, el mismo lugar afectado ayer al medio día. Estos deslizamientos son producto del temporal, pues las lluvias en la zona han sido constantes.

Los técnicos del MTOP inspeccionaron el talud desde donde se desprendieron las rocas y concluyeron que hay material suelto aún por deslizarse, por lo que recomendaron a los ciudadanos circular por la vía Granda - Conteno, al interior de Molleturo, para vehículos livianos o por la vía Biblian-Zhud-Chocanchay-El Triunfo para vehículos pesados y la vía Cuenca- Gron-Pasaje-El Guabo.

En la Mesa Técnica de Trabajo 3, que se activó ayer, se decidió la fragmentación de las rocas del kilómetro 66 y 71, ya que por su tamaño no pueden ser removidas.

Maquinaria del MTOP está en la zona para ejecutar limpieza en caso de suscitarse otro deslave. Santiago Peña, director municipal de Riesgos, informó que desde el Municipio se solicitó a la Mesa 3 que se haga una evaluación de taludes a lo largo de la vía para resguardar la seguridad de quienes transitan por ahí.

La vía Cuenca- Molleturo- El Empalme es la principal conexión con la provincia del Guayas, pues permite un recorrido de entre tres y cuatro horas para llegar a Guayaquil.

Elizabeth Ochoa, directora zonal del Servicio de Gestión de Riesgos, señaló que se activaron todos los organismos de seguridad en la zona, recomendó a la ciudadanía obtener información solo de los canales oficiales y revisar el estado de las vías si se pretende salir de viaje. La Mesa dispuso la presencia permanente de personal de la Comisión de Tránsito del Ecuador, CTE. (I)

**Solución.** Las rocas de gran tamaño que cayeron en la vía deben ser fragmentadas ya que no pueden moverse.

**Control.** La Mesa dispuso la presencia permanente de personal de la Comisión de Tránsito del Ecuador, CTE.

**Limpieza.** La maquinaria del Ministerio de Transporte permanecerá en el sitio para ejecutar trabajos de limpieza en la vía.

**Ayer se activó la Mesa** Técnica de Trabajo 3 para coordinar acciones para el retiro de las rocas en la vía Cuenca- Molleturo.

Fig 47 Nota publicada "riesgo en la vía Cuenca- Molleturo por deslizamientos" en diario digital de eltiempo.com.ec- Fuente: www.eltiempo.com.ec

Aquí podemos ver que son las mismas opciones: título, pie de página, contenido textual y fotografía.

Sección elecciones 2019:



Fig 48 Nota publicada sección elecciones 2019"Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia" en diario impreso de El Tiempo.

### ELECCIONES 2019

## Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia

Redacción - 13 de Febrero de 2019 - 01:40

473 veces



**Tag:**  
elecciones  
yaku perez

#### LO ÚLTIMO DE REDACCIÓN

1 Registro social actualiza base de datos para beneficiarios del MIES

110 denuncias por daños al ambiente en el Azuay

Foro sobre política y violencia

Vacaciones con sueldo para concejales candidatos

Riesgo en la vía Cuenca-Molleuro por deslizamientos

Actividades por Carnaval en una agenda



Yaku Pérez

Con 50 años de vida y junto al Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik busca llegar a la Prefectura del Azuay en los comicios de marzo. En los últimos años ha liderado un activismo en defensa de los derechos campesinos y del agua, algo que ha sido cuestionado por diferentes sectores.

Con 25 años de participar en las luchas indígenas, campesinas, antimineras y en defensa del agua, Yaku Sacha Pérez Guantambel decide presentarse para las elecciones de marzo próximo como candidato para la Prefectura del Azuay respaldado por el Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik.

**Pérez camina entusiasmado: recorre los mercados y las plazas junto a sus simpatizantes que portan la bandera multicolor. Son las 07:00 del sábado cuando llega al Biocentro Agroecológico de la parroquia Yanuncay. Habla con los comerciantes y sonríe cuando alguno de ellos le dice que votará por él.**

El 17 de diciembre de 2018 se presentó oficialmente como candidato y Jairo Gualinga, dirigente de Juventudes de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, Conaie, le acompañó en el acto. El destacó que una eventual ganancia de Pérez "permitirá empujar un trabajo conjunto entre todos los sectores de lucha para impedir que los derechos de la naturaleza y de las comunidades rurales sigan siendo vulnerados".

El 17 de diciembre de 2018 se presentó oficialmente como candidato y Jairo Gualinga, dirigente de Juventudes de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, Conaie, le acompañó en el acto. El destacó que una eventual ganancia de Pérez "permitirá empujar un trabajo conjunto entre todos los sectores de lucha para impedir que los derechos de la naturaleza y de las comunidades rurales sigan siendo vulnerados".

Pérez ha sido un personaje incómodo para el ejercicio político nacional. El expresidente Rafael Correa lo tildó reiteradamente de "ecologista infantil", por su oposición a los proyectos mineros calificados como emblemáticos.

**Su enfrentamiento con el correísmo fue constante y le reportó algunas consecuencias personales, como la expulsión de su pareja, la académica franco-brasileña Manuela Picq, en 2015. En enero de 2018 le devolvieron la visa y regresó.**

Pérez ha sido cuestionado por llevar en paralelo a su lucha contra la minería y a favor del agua, una defensa profesional a favor de los propietarios de las lavadoras de autos de Manay entre 2011 y 2013, las mismas que arrojan aceite y grasas al río Tomebamba, como lo hizo notar el mismo Correa en el segmento 'Verdugos de la democracia', de sus sabatinas.

Pese a mostrarse frágil por su delgadez, Pérez ha resistido acusaciones y golpes. Por varias ocasiones, **entre 2012 y 2017, fue arrastrado por las calles de Cuenca y Quito, y llevado a la cárcel por obstaculizar vías y acusado de sabotaje.**

A sus 23 años inició su profesión como abogado. Dirigiendo y asesorando varias organizaciones indígenas. **Entre 1998 y el 2000 fue concejal de Cuenca.** También fue presidente del Sistema Comunitario de Agua y docente en varias universidades de la provincia. Tiene especialidades en Derecho Penal y en Justicia Indígena.

Ha organizado marchas en defensa del agua a escala nacional y como vocero de distintas comunidades a escala internacional. Sus rasgos faciales con cejas pobladas y nariz grande lo identifican como un cholo andino. Algo que los enorgullece y por las que se reconoce como un indígena quichua. Además de dominar esa lengua.

**En su niñez trabajó en el campo, sembrando y cargando agua así como de albañil junto a sus tíos.**

Nació con el nombre de Carlos Ranulfo, pero en 2017, luego de pedir permiso a la Pachamama y a su madre biológica, inició el proceso de cambio de nombre por Yaku Sacha, que significa Agua del Monte en idioma cañari y quichua, respectivamente.



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

El 17 de diciembre de 2018 se presentó oficialmente como candidato y Jairo Gualinga, dirigente de Juventudes de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, Conaie, le acompañó en el acto. El destacó que una eventual ganancia de Pérez "permitirá empujar un trabajo conjunto entre todos los sectores de lucha para impedir que los derechos de la naturaleza y de las comunidades rurales sigan siendo vulnerados".

Pérez ha sido un personaje incómodo para el ejercicio político nacional. El expresidente Rafael Correa lo tildó reiteradamente de "ecologista infantil", por su oposición a los proyectos mineros calificados como emblemáticos.

**Su enfrentamiento con el correísmo fue constante y le reportó algunas consecuencias personales, como la expulsión de su pareja, la académica franco-brasileña Manuela Picq, en 2015. En enero de 2018 le devolvieron la visa y regresó.**

Pérez ha sido cuestionado por llevar en paralelo a su lucha contra la minería y a favor del agua, una defensa profesional a favor de los propietarios de las lavadoras de autos de Monay entre 2011 y 2013, las mismas que arrojaban aceite y grasas al río Tomebamba, como lo hizo notar el mismo Correa en el segmento 'Verdugos de la democracia', de sus sabatinas.

Pese a mostrarse frágil por su delgadez, Pérez ha resistido acusaciones y golpes. Por varias ocasiones, **entre 2012 y 2017, fue arrastrado por las calles de Cuenca y Quito, y llevado a la cárcel por obstaculizar vías y acusado de sabotaje.**

A sus 23 años inició su profesión como abogado. Dirigiendo y asesorando varias organizaciones indígenas. **Entre 1996 y el 2000 fue concejal de Cuenca.** También fue presidente del Sistema Comunitario de Agua y docente en varias Universidades de la provincia. Tiene especialidades en Derecho Penal y en Justicia Indígena.

Ha organizado marchas en defensa del agua a escala nacional y como vocero de distintas comunidades a escala internacional. Sus rasgos faciales con cejas pobladas y nariz grande lo identifican como un cholo andino. Algo que los enorgullece y por las que se reconoce como un indígena quichua. Además de dominar esa lengua.

**En su niñez trabajó en el campo, sembrando y cargando agua así como de albañil junto a sus tíos.**

Nació con el nombre de Carlos Ranulfo, pero en 2017, luego de pedir permiso a la Pachamama y a su madre biológica, inició el proceso de cambio de nombre por Yaku Sacha, que significa Agua del Monte en idioma cañari y quichua, respectivamente.

con 5.000.000 de dólares, Corporación Noruega, FAO, Oxfam, entre otros. Eso es factible y ya no habrá más desplantes.

**P. La provincia tiene más de 5.000 kilómetros de carreteras, ¿cuáles serán sus acciones para brindar atención de forma integral?**

r. Han pasado 15 años con los mismos políticos que ahora se lanzan como candidatos. Nosotros haremos alianzas público-privadas y comunitarias, y con el dinero de la venta de las acciones de las empresas eléctricas, que suman 60.000.000 construiremos una o dos plantas acústicas.

En las comunidades habrán más mingas para realizar obras públicas pero no cobrando multas ni obligado sino incentivando a los jóvenes a esta labor, que forma parte de nuestra identidad.

**p. ¿Cuál será su trabajo con las 61 juntas parroquiales?**

r. Absolutamente coordinada al igual que con las 15 alcaldías, con mingas de ideas y acciones, nosotros no nos quedaremos en la ciudad, sino nos trasladaremos de forma semanal a las comunidades.

**p. El cambio climático afecta a las comunidades, a la tierra, el agua como recurso para el riego y alimento para sus animales, ¿tiene un proyecto para este tema?**

r. Si, por supuesto. El cambio climático es una de las mayores amenazas y se da por las actividades extractivas. Nosotros pondremos toda la fuerza y apostaremos a una red de comunidades agroecológicas, en donde se reconozca su labor. Eliminaremos progresivamente el uso de los plásticos y los desechables y para eso la Prefectura dará fundas de tela o biodegradables. Con este proyecto sustentable se abrirán las puertas de organismos internacionales y esos recursos serán utilizados para iniciativas en el campo.

**p. ¿Cuál es su posición al respecto de...?**

**r. Minería no lo permitiremos.**

Peajes evaluaremos, si se justifican o sino se eliminarán. Tasa Solidaria será eliminada.

Ordenanza sobre Soberanía Alimentaria y Tasa Productiva se derogará. Festival la Orquídea se potenciará con recursos de la empresa privada.

**p. ¿Por qué postularse a Prefecto?**

r. Por eso tenemos una visión amplia de hacer de la provincia que sea productiva y un ejemplo no solo en la región sino del país.

**p. ¿Si no gana, qué hará?**

r. Continuaremos con nuestra lucha y resistiremos, porque la defensa del agua y de la tierra continuará. (l)

Procesos judiciales en su contra desde 1996: obstaculización de vías, obstaculización de obra pública, laudo arbitral y otros. La mayoría ya han sido resueltos. años no ha presentado su declaración de Impuesto a la Renta, entre 2012 y 2018. En 2016 pagó 49 dólares por impuesto a la salida de divisas.

Pregunta ciudadana :

**Maria José Vélaz**  
Estudiante

**¿Usted como prefecto que hará para mejorar las vías y evitar nuevas muertes de ciclistas?**

Haremos alianzas público-privadas y comunitarias, donde la minga prevalezca para el mantenimiento vial. Solo el trabajo en equipo nos permitirá entender al ser humano y a su trabajo.

**Escritor:** Ha publicado siete obras, las últimas se titulan "Justicia Indígena", "La Consulta Popular", "Agua u Oro" y "La Resistencia".  
**Daños:** Pérez ha estado varias veces encarcelado, acusado de sabotaje y terrorismo y dos veces fue hospitalizado al recibir golpes durante las marchas.  
**Encuentros:** Pérez en 2015 se reunió con el Papa, también ha participado de citas internacionales en Suiza, Canadá, Colombia y Bolivia.

Ximena Tapia M.  
redaccion@eltiempo.com.ec

Te recomendamos



Abogado y de 50 años, el común de los candidatos  
Elecciones 2019



Fig 49 Nota publicada sección elecciones 2019" Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia" en eltiempo.com.ec.  
Fuente: www.eltiempo.com.ec

El mismo contenido del impreso en el digital en cuanto a lo textual, fotografía e incluso se añade la entrevista y opinión del público.

Sección deportes:

Impreso



Fig 50 Nota publicada sección deportes" Campana, el goleador heredero de un linaje ganador" en diario impreso El Tiempo

Digital



DEPORTES

## Campana, el goleador heredero de un linaje ganador

Redacción - 12 de Febrero de 2019, 18:39

98 veces



### LO ÚLTIMO DE REDACCIÓN

- 1 Registro social actualiza base de datos para beneficiarios del MIES
- 2 Yaku Pérez promete hacer de Azuay una potencia
- 3 110 denuncias por daños al ambiente en el Azuay
- 4 Foro sobre política y violencia
- 5 Vacaciones con sueldo para concejales candidatos
- 6 Riesgo en la vía Cuenca-Molleburo por deslizamientos



Leonardo Campana marcó seis goles con la camiseta del Ecuador dentro del torneo Sudamericano jugado en Chile.

"Leo", responsable de los seis goles que forjaron el primer título para Ecuador en un Sudamericano, es nieto de una de las mayores fortunas del país e hijo del actual ministro de Comercio Exterior.

A sus 18 años, Leonardo Campana "Leo", como suelen llamarle sus compañeros, se convirtió en el goleador del Sudamericano Sub-20 disputado recientemente en Chile. Procede de una acaudalada cuna y es heredero de un linaje ganador.

Es hijo de Pablo Campaña, uno de los titulares del Gobierno ecuatoriano, cargo al que llegó después de su éxito en el área empresarial y tras dejar el tenis profesional a los 24 años y haber participado en la Copa Davis y representar a Ecuador en las Olimpiadas de Atlanta de 1996.

Nieto de Isabel Noboa, fundadora y presidenta de uno de los grupos empresariales más grandes de Ecuador y considerada entre las mujeres empresarias más importantes de América Latina, Campana aglutina esa humildad de la que su abuela hacía gala "como me enseñó mi padre", decía.

*A diferencia de su abuelo, el jugador chileno, no le faltaban los años al fútbol.*

A diferencia de numerosos jugadores jóvenes que proceden de ese fútbol que se juega en la calle, Leonardo Campana creció en una familia adinerada pero no ajena al deporte rey.

Y es que también es nieto de Isidro Romero Carbo, uno de los expresidentes del club local Barcelona y de sus grandes impulsores, a quien en su honor y gratitud por los títulos logrados bajo su mandato, el estadio que construyó lleva su nombre.

### Oficio

Precisamente "Leo" es centro-delantero del club guayaquileño al que, a su regreso de Chile, asegura que se sigue debiendo, aunque avanzó que "analizará las propuestas" que le lleguen de los cazatalentos que siguieron la competición sudamericana.

Contra las defensas recias en cada partido del Sudamericano, especialmente de Uruguay, Campana se ha ido haciendo a sí mismo al igual que lo hicieron su progenitor en los setos de la Copa Davis o los Olímpicos.

Su abuelo también afrontó difíciles momentos al frente del Barcelona, como en la final que perdió de la Copa Libertadores de América de 1990, según advirtió "por un mal arbitraje" ante el Olimpia de Paraguay.

También ha podido heredar la entereza ante los desafíos y la visión de su abuela Isabel Noboa, responsable en buena medida de la transformación de Guayaquil.

Con sus dos líneas rapadas a un lado de la cabeza, este delantero ya está marcando tendencia en un país donde abundan los aficionados al fútbol y pocos daban algo por él antes de iniciarse el Sudamericano.

Pero ha sido su talento y los seis goles en nueve partidos disputados, los que le han hecho valedor de un rincón de la historia del deporte nacional, al que ha llegado con humildad y gratitud hacia el resto del equipo y cuerpo técnico.

Sobre el éxito del equipo y cómo fue de menos a más en cada enfrentamiento, Campana reveló que "ese cambio de mentalidad fue una obra del cuerpo técnico. Nos inculcaron desde el primer día que teníamos un buen equipo para pelear el campeonato, pero lo único que nos faltaba era creérmola" (D).

### Más visitado

- 1 Los equipos que más aportaron a la Sub 20
- 2 Deportivo Cuenca vence al Independiente en su debut de la LigaPro
- 3 Auspicioso debut del D' Cuenca con victoria en casa
- 4 La piel de los equipos
- 5 FDM planifica trabajos para adecuar el estadio local
- 6 Figuras que engalardinarán las canchis en la LigaPro
- 7 Deportivo Cuenca, a un día del debut en la LigaPro
- 8 Inicia el nuevo sueño del Deportivo Cuenca



KAYAK

¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡¡

Fig 51 Nota publicada en sección deportes "Campana, el goleador, heredero de un linaje ganador " en diario digital eltiempo.com.ec: Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

En la parte deportiva también se ve el mismo recurso de utilizar la misma fotografía, con el título, contenido textual, pie de página y título.

Como hemos mencionado los dos medios escritos, gran parte de su contenido de la página web, es el traspaso textualmente del diario físico impreso; en ninguno de los dos se explota las opciones multimedia como extensión a las notas digitales, para diferenciar del contenido con el impreso, es decir darle otro sentido a la información digital como se sugiere en las

características de los cibermedios. Cabe destacar que, si tienen anexo en sus plataformas una parte de audio, video y fotografía, sin embargo, dentro de las notas no existe innovación, principalmente en las notas que son traspasadas del diario impreso al digital.

## Accesibilidad

Para verificar la accesibilidad de la página web de los Diarios se utilizó el sitio web TAW, que es específicamente para analizar la accesibilidad de las páginas web que se encuentran inmersas en la red.

Según los resultados que mostro en el análisis de la página web del [mercuio.com.ec](http://mercuio.com.ec), encontró varios problemas y errores, principalmente en el uso de Texto, esto en cuanto a tamaño de fuente, también lo que se entiende es que los enlaces no tienen un texto previo que ayude a que el usuario siga ese enlace.

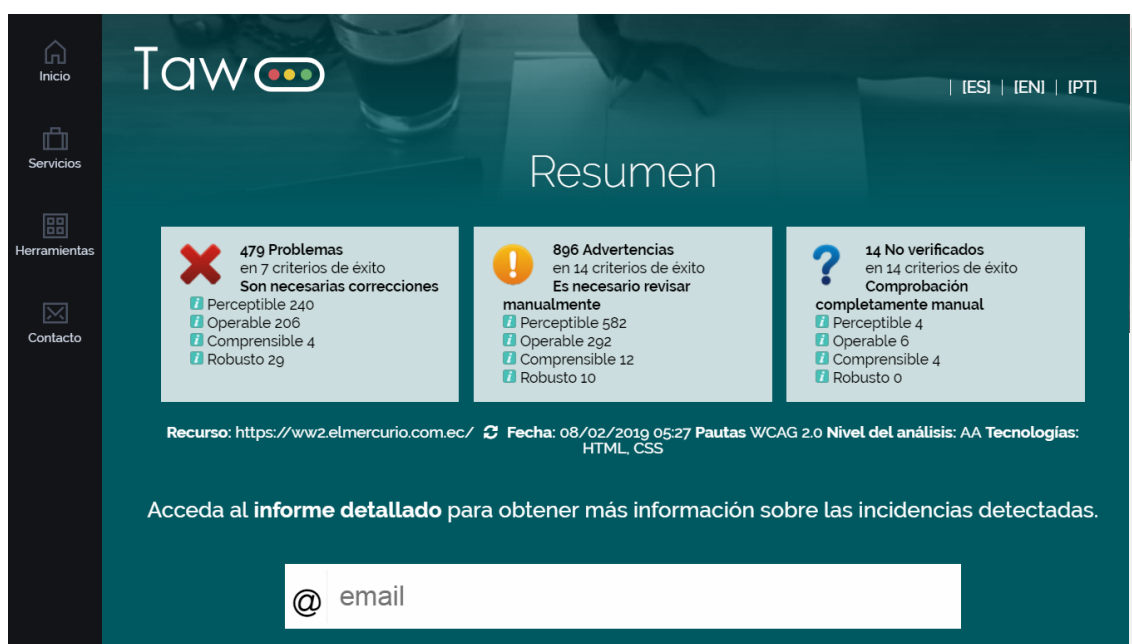


Fig 52 Análisis de accesibilidad de [elmercurio.com.ec](http://elmercurio.com.ec), mediante el sitio TAW. Fuente: [www.tawdis.net](http://www.tawdis.net)

Y también el resultado se divide en cuatro secciones como:

Perceptible: la información y los componentes de la interfaz de usuario se presentan con facilidad. Salvo contenido textual e información y relaciones.























Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
1.1-Textos alternativos			234	331	0
1.1.1 - Contenido no textual 	A		234	331	
1.2-Medios basados en el tiempo			0	0	0
1.2.1 - Solo audio y solo video (grabaciones) 	A	na			
1.2.2 - Subtítulos (pregrabados) 	A	na			
1.2.3 - Audiodescripción o Medio Alternativo (Pregrabado) 	A	na			
1.2.4 - Subtítulos (en directo) 	AA	na			
1.2.5 - Descripción auditiva (Pregrabada) 	AA	na			
1.3-Adaptable			6	160	1
1.3.1 - Información y relaciones 	A		6	80	
1.3.2 - Secuencia con significado 	A			80	
1.3.3 - Características sensoriales 	A				1
1.4-Distinguible			0	91	3
1.4.1 - Uso del color 	A				1
1.4.2 - Control del audio 	A	na			
1.4.3 - Contraste (Mínimo) 	A				1
1.4.4 - Redimensionamiento del texto 	AA			91	
1.4.5 - Imágenes de texto 	AA				1

Fig 53 Sección perceptible del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net

Operable: los componentes de la interfaz de usuario y la navegación son manejables excepto los enlaces en contexto.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
2.1-Accessible mediante el teclado			0	1	2
2.1.1 - Teclado 	A			1	1
2.1.2 - Sin bloqueos de teclado 	A				1
2.2-Tiempo suficiente			0	0	1
2.2.1 - Tiempo ajustable 	A				1
2.2.2 - Pausar, detener, ocultar 	A				1
2.3-Provocar ataques			0	0	1
2.3.1 - Umbral de tres destellos o menos 	A				1
2.4-Navegable			206	291	5
2.4.1 - Evitar bloques 	A			4	2
2.4.2 - Páginas tituladas 	A			1	
2.4.3 - Orden del foco 	A			42	1
2.4.4 - Propósito de los enlaces (en contexto) 	A		206	82	
2.4.5 - Múltiples vías 	AA				1
2.4.6 - Encabezados y etiquetas 	AA			162	
2.4.7 - Foco visible 	AA				1

Fig 54 Sección operable del resultado de TAW: www.tawdis.net





Comprensible: la información y el manejo de la interfaz del usuario deben ser comprensibles






Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
3.1-Legible			0	0	1
3.1.1 - Idioma de la página 	A				
3.1.2 - Idioma de las partes 	AA				1
3.2-Predecible			1	0	4
3.2.1 - Al recibir el foco 	A				1
3.2.2 - Al introducir datos 	A		1		1
3.2.3 - Navegación consistente 	AA				1
3.2.4 - Identificación consistente 	AA				1
3.3-Introducción de datos asistida			3	12	0
3.3.1 - Identificación de errores 	A			4	
3.3.2 - Etiquetas o instrucciones 	A		3		
3.3.3 - Sugerencias ante errores 	AA			2	
3.3.4 - Prevención de errores (legales, financieros, datos) 	AA			6	

Fig 55 Sección Comprensible del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net

Robusto: el contenido no cumple la opción de robusto para ser interpretado de manera eficaz en cuanto a procesamiento con 15 problemas.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
4.1-Compatible			29	10	1
4.1.1 - Procesamiento 	A		15	10	
4.1.2 - Nombre, función, valor 	A		14		1

 No se han encontrado problemas
 Existen problemas

 Requiere revisión manual


 Imposible realizar comprobación automática      na:no aplicable

Fig 56 Sección robusto del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net

En: Contenido no textual, información y relaciones, propósito de los enlaces (en contexto), introducción de datos, etiquetas o instrucciones, procesamiento y función o valor.

Para diario El Tiempo (<https://www.eltiempo.com.ec/>), el resultado es diferente pues encuentra menos problemas que Diario El Mercurio.

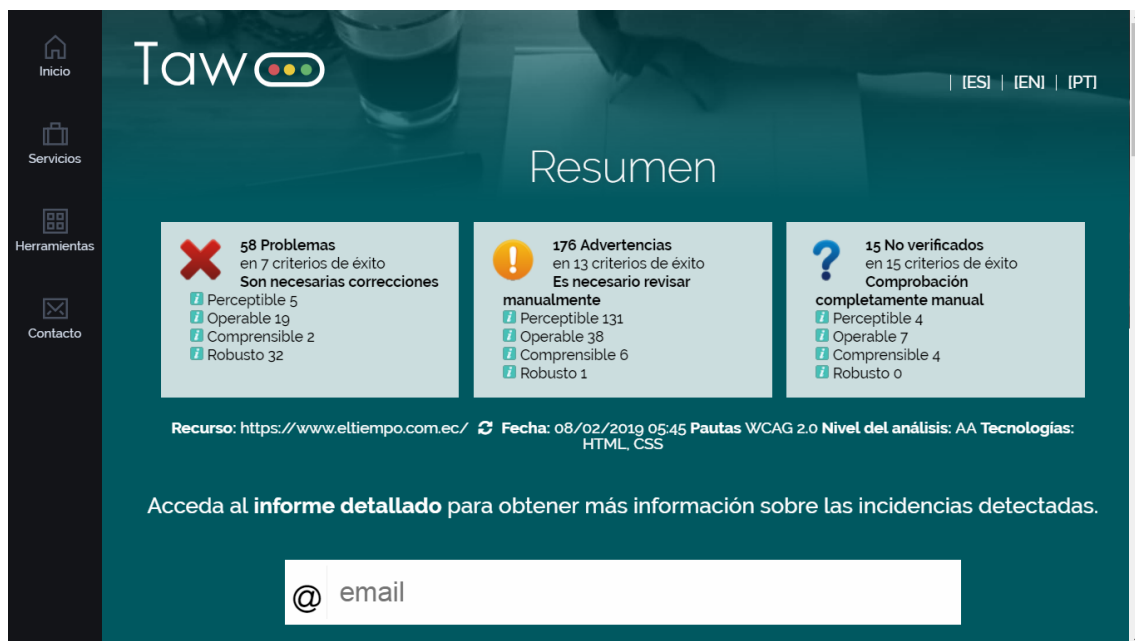


Fig 57 Análisis de accesibilidad de eltiempo.com.ec, en TAW. Fuente: www.tawdis.net

En cuanto a las diferentes secciones que brinda el resultado nos señala:

**Perceptible:** La información y los componentes de la interfaz de usuario deben determinarse con facilidad. Salvo el contenido no textual e información y relaciones.























Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
<b>11-Textos alternativos</b>			4	20	0
<b>1.1.1</b> - Contenido no textual 	A		4	20	
<b>1.2-Medios basados en el tiempo</b>			0	0	0
<b>1.2.1</b> - Sólo audio y solo video (grabaciones) 	A	na			
<b>1.2.2</b> - Subtítulos (pregrabados) 	A	na			
<b>1.2.3</b> - Audiodescripción o Medio Alternativo (Pregrabado) 	A	na			
<b>1.2.4</b> - Subtítulos (en directo) 	AA	na			
<b>1.2.5</b> - Descripción auditiva (Pregrabada) 	AA	na			
<b>1.3-Adaptable</b>			1	47	1
<b>1.3.1</b> - Información y relaciones 	A		1	25	
<b>1.3.2</b> - Secuencia con significado 	A			22	
<b>1.3.3</b> - Características sensoriales 	A				1
<b>1.4-Distinguible</b>			0	64	3
<b>1.4.1</b> - Uso del color 	A				1
<b>1.4.2</b> - Control del audio 	A	na			
<b>1.4.3</b> - Contraste (Mínimo) 	A				1
<b>1.4.4</b> - Redimensionamiento del texto 	AA			64	
<b>1.4.5</b> - Imágenes de texto 	AA				1

Fig 58 Sección perceptible del resultado en TAW. Fuente: www.tawdis.net

**Operable:** Los componentes de la interfaz de usuario y la navegabilidad, deben ser manejables. Salvo los enlaces en contexto.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
2.1- Accesible mediante el teclado			0	0	1
2.1.1 - Teclado	A	?			1
2.1.2 - Sin bloqueos de teclado	A	?			1
2.2- Tiempo suficiente			0	0	1
2.2.1 - Tiempo ajustable	A	?			1
2.2.2 - Pausar, detener, ocultar	A	?			1
2.3- Provocar ataques			0	0	1
2.3.1 - Umbral de tres destellos o menos	A	?			1
2.4- Navegable			19	38	5
2.4.1 - Evitar bloques	A	!		1	2
2.4.2 - Páginas tituladas	A	!		1	
2.4.3 - Orden del foco	A	!		15	1
2.4.4 - Propósito de los enlaces (en contexto)	A	✗	19	8	
2.4.5 - Múltiples vías	AA	?			1
2.4.6 - Encabezados y etiquetas	AA	!		13	
2.4.7 - Foco visible	AA	?			1

Fig 59 Sección operable del resultado en TAW. Fuente: www.tawdis.net

**Comprensible:** La información y el manejo de interfaz de usuario deben entenderse. Fallos en introducir datos o etiquetas e instrucciones.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
3.1- Legible			0	0	1
3.1.1 - Idioma de la página	A	✓			
3.1.2 - Idioma de las partes	AA	?			1
3.2- Predecible			1	0	4
3.2.1 - Al recibir el foco	A	?			1
3.2.2 - Al introducir datos	A	✗	1		1
3.2.3 - Navegación consistente	AA	?			1
3.2.4 - Identificación consistente	AA	?			1
3.3- Introducción de datos asistida			1	6	0
3.3.1 - Identificación de errores	A	!		2	
3.3.2 - Etiquetas o instrucciones	A	✗	1		
3.3.3 - Sugerencias ante errores	AA	!		1	
3.3.4 - Prevención de errores (legales, financieros, datos)	AA	!		3	

Fig 60 Sección comprensible del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net

**Robusto:** el contenido no cumple la opción de robusto para ser interpretado de manera eficaz en cuanto a procesamiento con 21 problemas.

Pauta	Nivel	Resultado	Problemas	Advertencias	No verificados
4.1- Compatible			32	1	1
4.1.1 - Procesamiento	A	✗	21	1	
4.1.2 - Nombre, función, valor	A	✗	11		1
<div>  No se han encontrado problemas            Existen problemas         </div> <div>  Requiere revisión manual            Imposible realizar comprobación automática         </div> <div>na: no aplicable</div>					

Fig 61 Sección robusto del resultado de TAW. Fuente: www.tawdis.net



En concepto de accesibilidad, según los resultados del portal ([www.tawdis.net](http://www.tawdis.net)), nos da una gran diferencia de errores a simple vista que se puede especificar entre estos dos medios, pues El Mercurio en resumen le diagnostica: 479 problemas, lo cual requiere corrección; 879 advertencias lo cual es necesario revisar manualmente; y 14 que no son verificados, se necesita una comprobación completamente manual. Generalmente encuentra fallos en etiquetas, introducción de datos, procesamiento y nombre, función, valor que conlleva más a la sección del programador web.

Para diario El Tiempo, es diferente le encuentra 58 problemas y son necesarias correcciones; 176 advertencias que se debe revisar manualmente; y 15 no verificados, que se necesita comprobar manualmente. Los fallos son en contenido no textual, información o relaciones, propósito de enlaces en contexto, introducción de datos, etiquetas, procesamiento y nombre, función, valor.

Cabe destacar que, en ambas páginas web de los diarios, se establecen los mismos problemas de accesibilidad, mientras que en El tiempo se encuentran menos fallos a nivel general.

Respecto a la accesibilidad web, según la definición que establecimos anteriormente, es la capacidad en la cual el usuario independientemente de sus discapacidades físicas, sonoras, visuales puede tener acceso a la página y el contenido de la misma.

Sin embargo, en cuanto a la investigación y las entrevistas a periodistas de cada medio, todavía no se han planteado magnificar el sentido de accesibilidad para todas las personas, ya que tienen sus limitaciones y además que, en el país, todavía ni el medio más solicitado cuenta con esas opciones.

Por lo tanto, en El Mercurio, se ha adaptado los elementos multimedia que suplen esas necesidades de información por ejemplo para una persona que no puede ver, la incorporación de audio; o para una persona con discapacidad visual, la inserción de video, aunque su editor multimedia señala que se están planeando a futuro la función de subtítulos)

“una de esas es el audio; claro en texto no se puede, tendrías que por ejemplo para ser accesible un periódico alguien debería hacer en un lenguaje que ellos hablen, el braille es ideal, pero no hay el recurso para construir un periódico para personas en ese sentido;



discapacidad de la vista hemos logrado a través por ejemplo del audio, se logre llegar a las personas; la radio ha permitido que nosotros integremos a personas también que tienen discapacidades que no puede ver, el audio es ideal y el video; sabes que eso es lo que estamos planificando ahora trabajar un poco con los subtítulos, en YouTube ya permiten que nosotros podamos usar subtítulos pero tenemos nosotros que trabajar con los subtítulos pero eso ya es un trabajo más largo” (Gutama, 2019)

Mientras que, en El Tiempo, eso está en planificación, ya que no se sienten que estén cumpliendo con la necesidad de abastecer de información para todas las personas con discapacidades diferentes, al igual que el mercurio suplen con características de video o audio, sin embargo, no sienten en totalidad llegar a toda la gente, según su periodista y redactora web:

“siendo honestos yo creo que no hemos logrado llegar a ese público porque, nuestra tecnología multimedia debería pensarse, en todas las diversidades de capacidades que tienen las personas, sin embargo, tal vez no estamos pensando en un público por ejemplo, que no tiene visión o que no tiene audición, porque a la final nuestros elementos, si hacemos un mapa interactivo, deberíamos pensar en tal vez un botón de comando que te diga, como navegar en esa nota, en esa información, sin embargo en el momento, en realidad no siento que estemos haciendo y que estemos llegando a ese público específicamente, tal vez un poco, lo que sería videos o audios pero por ejemplo no hay la instrucción que le diga esta nota tu puedes escucharla y puedes hacerla de esta forma, no hay, no tenemos esa tecnología todavía, y a nivel nacional no he visto que ningún medio, este incursionando en ese tipo de tecnología” (Pazan, 2018)

### **Usabilidad**

Para determinar las opciones en cuanto a la usabilidad de la página web tanto del Mercurio.com como del tiempo.com, se utilizó el siguiente sitio web Woorank, que sirve específicamente para la evaluación de este segmento.

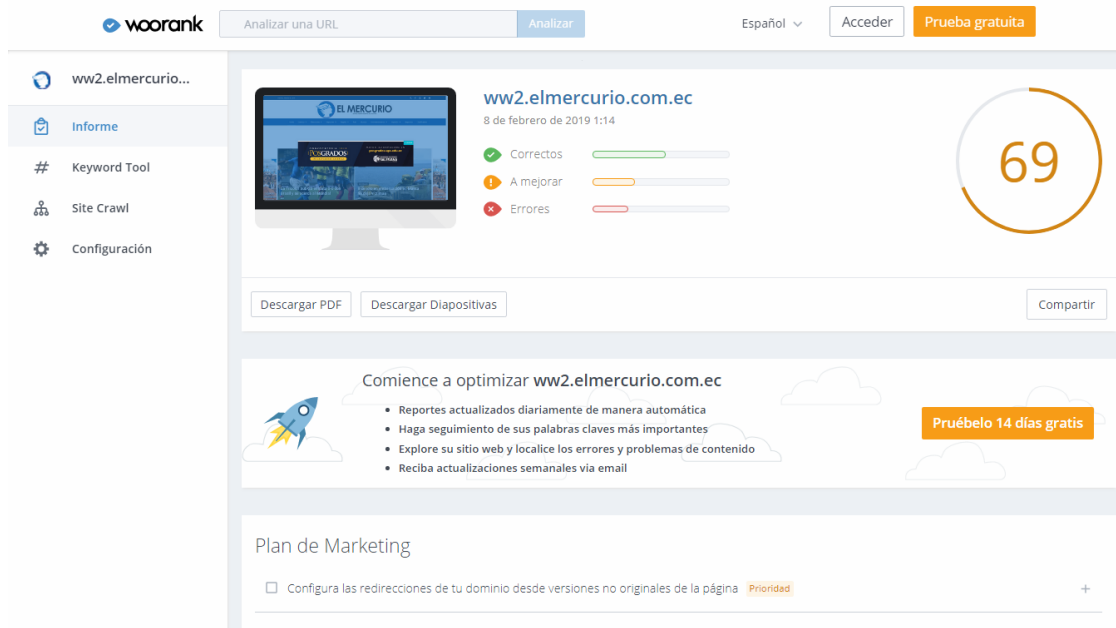
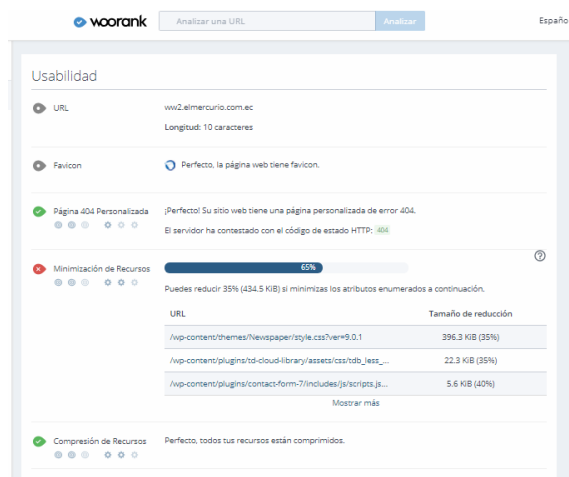


Fig 62 Análisis de usabilidad de elmercurio.com.ec con Woorank. Fuente: <https://www.woorank.com/es>

En el caso de **elmercurio.com.ec**, nos dio un puntaje general en toda la revisión del portal digital El Mercurio, en cuanto a interacción, opciones y acceso con el usuario de 69 sobre 100.



Hemos encontrado un total de 65 recursos no almacenados en caché enumerados a continuación.

URL	Tiempo de frescura
/wp-content/uploads/pum/pum-site-scripts.js?defer&gen...	Expiración no especificada
/wp-content/plugins/contact-form-7/includes/css/styles.c...	Expiración no especificada
/wp-content/plugins/td-newsletter/style.css?ver=4.9.9	Expiración no especificada

Mostrar más

**Idioma**  
Declarado: Español  
Detectado: Español

**Datos Estructurados**  
og:locale og:type og:title og:description og:url og:site\_name  
jsonld:SearchAction jsonld:Organization jsonld:WebSite

**Disponibilidad del dominio**

Domínios	Estado
elmercurio.com	Caduca en 2 años
elmercurio.net	Caduca en 9 meses
elmercurio.org	Caduca en 2 años
elmercurio.info	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.biz	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.eu	Disponible ¡Regístrate!

**Domínios similares**

Domínios	Estado
elmercurio.com.ec	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.com.ec	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.com.ec	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.com.ec	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.com.ec	Disponible ¡Regístrate!
elmercurio.com.ec	Disponible ¡Regístrate!

Fig 63 Resultados de elmercurio.com propuestos por Woorank. Fuente: <https://www.woorank.com/es>

Mientras El tiempo tiene un porcentaje de:

En el caso de eltiempo.com.ec, nos dio un puntaje general en toda la revisión del portal digital El Tiempo, en cuanto a interacción, opciones y acceso con el usuario de 81 sobre 100.

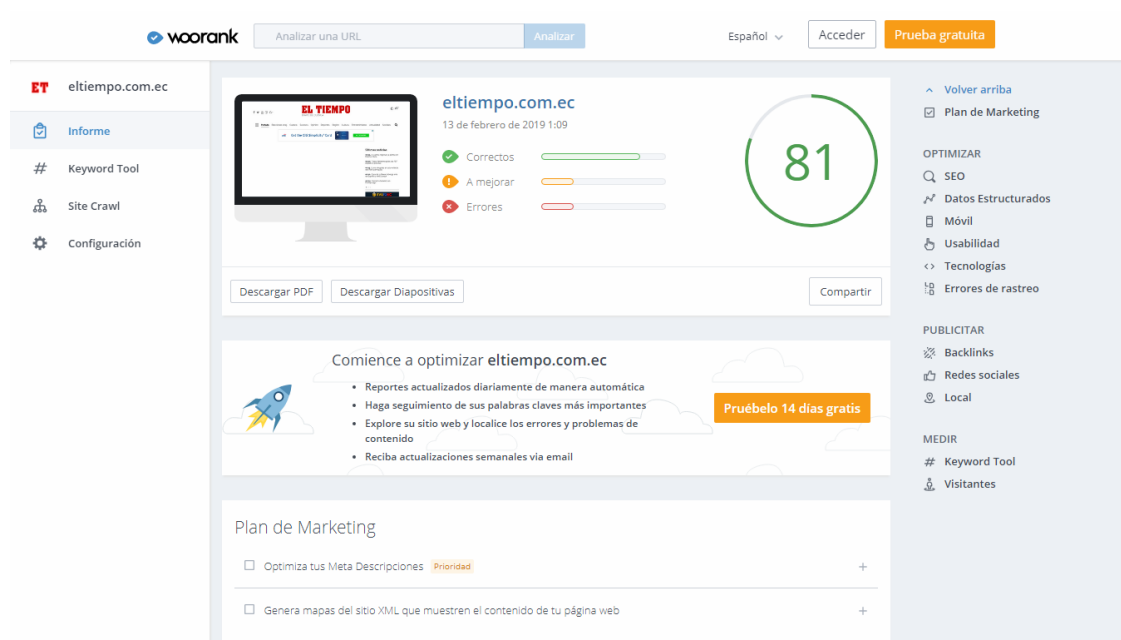


Fig 64 Análisis de Usabilidad de eltiempo.com.ec con Woorank. Fuente: <https://www.woorank.com/es>



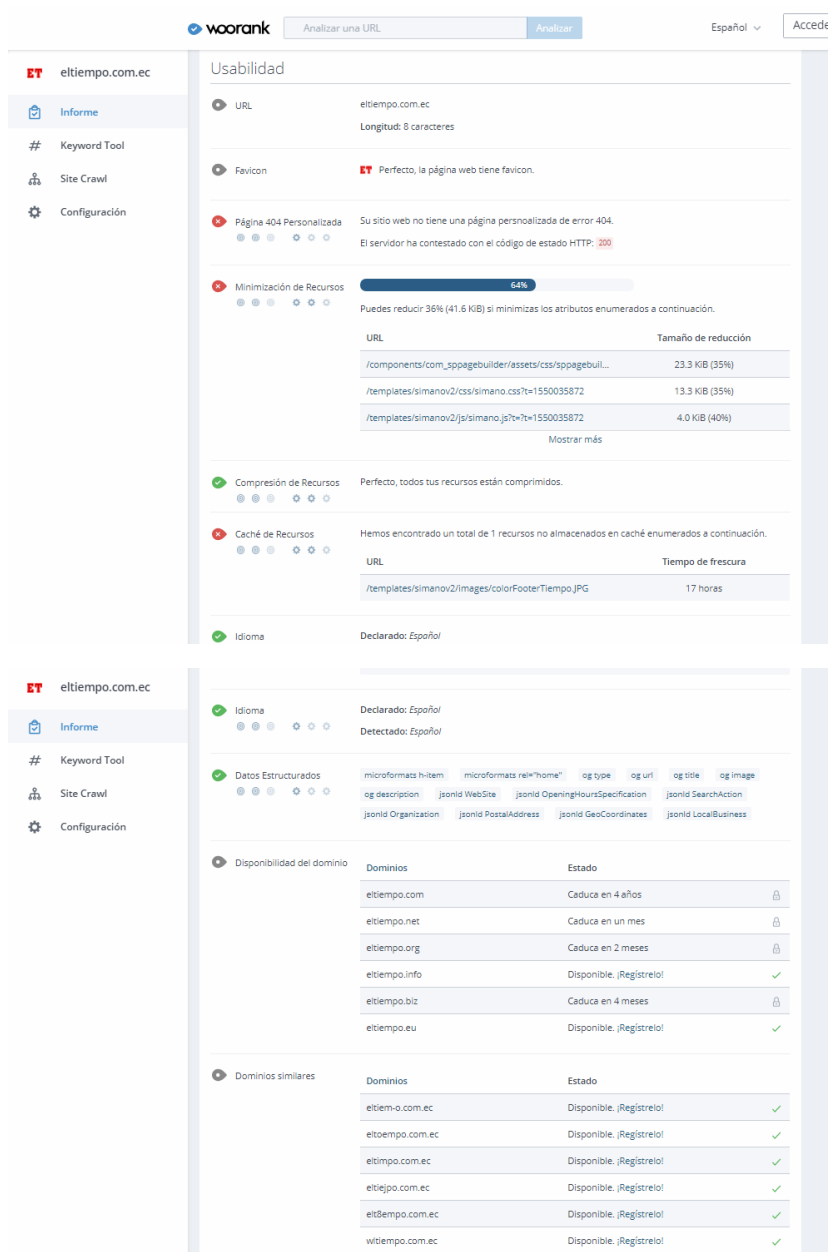


Fig 65 Resultados de usabilidad de eltiempo.com.ec propuestos por Woorank: <https://www.woorank.com/es>

En cuanto a fiabilidad le da un porcentaje de confianza con 76% y seguridad infantil de 90%

Tabla 7

Comparación en cuanto al estado de la página en diferentes opciones.

Estado de la Pagina	El Mercurio	El Tiempo
Velocidad de carga	Normal, depende de la conexión	Rápida
Estructura	Buena, con mayor	Buena



---

	contenido y opciones	
Uso	Sí, es fácil de usar para el nuevo usuario.	Sí, es fácil de usar para el nuevo usuario.

---

Resultados de la investigación en cuanto al estado de la página dependiendo de la conexión y opciones digitales dentro de la misma.

Fuente variables tabla: (Terrerros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

En cuanto al análisis del sitio Woorank, quien se encarga de lanzar estadísticas en cuanto a la usabilidad de la página, determino un mayor puntaje (81) dando luz verde para El Tiempo, mientras que en el Mercurio dio (69).

En la investigación, en cuanto al contenido de usabilidad de la página según los periodistas y editores web, señalaron que los medios digitales se encuentran en perfectas condiciones para una mayor satisfacción al navegar, ya que los dos medios se destacan por eso.

Aunque por ejemplo en Elmercurio.com, el periodista web, menciona que tal vez se dificulta para el usuario, la publicidad, pues como mencionamos anteriormente se ve en toda la página; sin embargo, menciona que no ha recibido quejas por esa parte y todo eso se trabaja con el personal determinado para lograr una mayor satisfacción al ver la página para el usuario:

“primero trabajando con los ingenieros en la técnica digamos y en la estructura interna de la página web, es muy rápida, entonces es muy usable por esto, por la velocidad; y el otro es por cómo está diseñado, como está estructurada la página, la página tiene por ejemplo algo que puede volverse una distracción con el tiempo si es que nos centramos mucho en ello, es la publicidad, quizás eso de ahí distrae en cuanto a la usabilidad de la página, pero no interrumpe, por el momento notamos que no interrumpe. Luego a ver fracturado y haber estructurado a la página de tal manera que se divide por secciones, la página tiene un menú, un efecto que permite que las personas que vayan a ver una nota o algo de interés puedan disfrutar de eso, de la página como tal. Esta como es un medio de comunicación la idea es que la información en una página web, sea tan directa, pero tan directa que tu apenas lees te claves en ir allá” (Gutama, 2019)



Mientras que por parte de eltiempo.com, su periodista menciona que sus estadísticas lo respaldan y están un paso más que El Mercurio, en cuanto a esta sección, y que siempre están al tanto de los cambios e insertar nuevas formas que atraigan al público:

“Bueno, creo que nuestras cifras si nos respaldan, somos uno de los medios más importantes de aquí localmente y estamos por encima de por ejemplo del mercurio, que es otro medio, que digamos que podría ser nuestra competencia directa, entonces creo que las cifras también te dan o sea nuestras, estadísticas, que vamos sacando mes a mes y año a año, nos hablan de que efectivamente ese tópico se siente, identifica de cierta forma. Claro que el trabajo nunca se termina, porque siempre estamos buscando la forma de cambiar, de cautivar al público de mejores formas” (Pazan, 2018)

### **Arquitectura de la información**

Elmercurio.com.ec ni Eltiempo.com no tienen un mapa del sitio, ubicado entre una de sus opciones en la plataforma web, no obstante, nos muestra secciones tales como las que se encuentra en el ejemplar impreso. Como menciona Wurman, uno de los artífices en la definición de este concepto: “La ocupación profesional emergente del siglo XXI, dedicada a las necesidades de la era, enfocada a la claridad, entendimiento humano y la ciencia de organización de la información...” (Wurman, 1997)

### **Diario El Mercurio (ww2.elmercurio.com)**

#### **Cuenca**

Manteniendo el clic sobre la opción cuenca se nos despliega los siguientes temas induciéndonos a todo lo referente de la capital azuaya, cada una de la noticia viene con la respectiva etiqueta en la cual ha sido establecida según la información referente.

Cultural

Intercultural

Sucesos

Reportaje

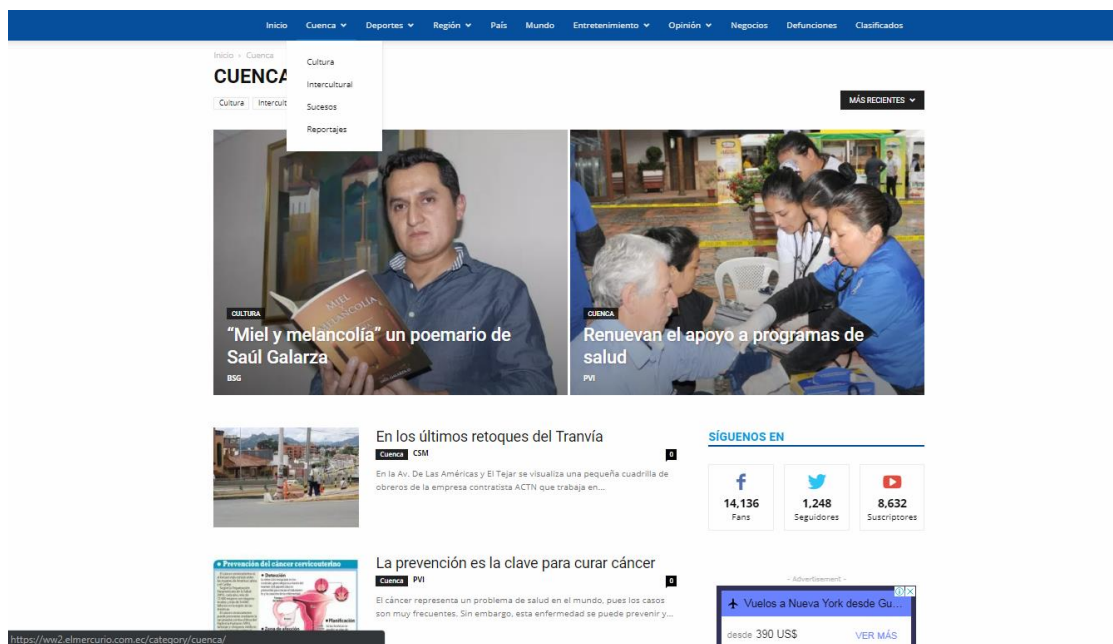


Fig 66 Sección Cuenca. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

También en la parte derecha de todas secciones del menú, existe una pestaña negra donde nos da a elegir diferentes opciones como: más recientes, publicaciones destacadas, más populares, populares en los últimos 7 días, por puntuaciones de reseñas y al azar.

### Elecciones:

Cuando hacemos clic dentro de esta sección, se nos remite a una página donde alberga las noticias más destacadas, dos, en mayor proporción con las demás quienes se encuentran distribuidas de manera secuencial en dos filas, más abajo. También tiene tres opciones dentro de esta sección como lo son:

- Alcaldes
- Concejales
- Prefectos

Cabe destacar que esta sección se aumentó por la coyuntura de la próxima fecha electoral en marzo 2019.

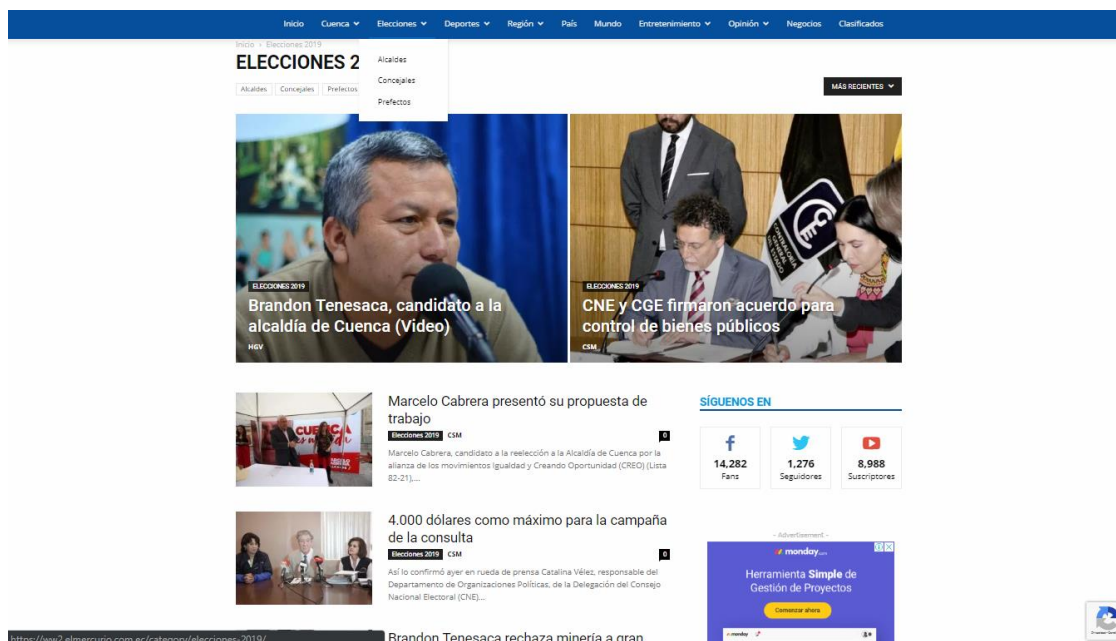


Fig 67 Sección elecciones 2019. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Deportes

En esta sección como su nombre indica nos brindan toda la información deportiva acontecida a nivel local, nacional e internacional; también existe una segunda opción donde nos da todo lo referente con el Club Deportivo Cuenca.

### Deportivo Cuenca



Fig 68 Sección deportes de elmercurio.com.ec. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Región

Dentro de esta sección, se nos brinda toda la información con la zona centro sur del país, por lo cual, al posesionar el cursor sobre región, se nos despliega las siguientes opciones, que se mantienen distribuidas con su respectiva etiqueta a la cual pertenecen:

Cañar

Loja

Zamora Chinchipe

Morona Santiago

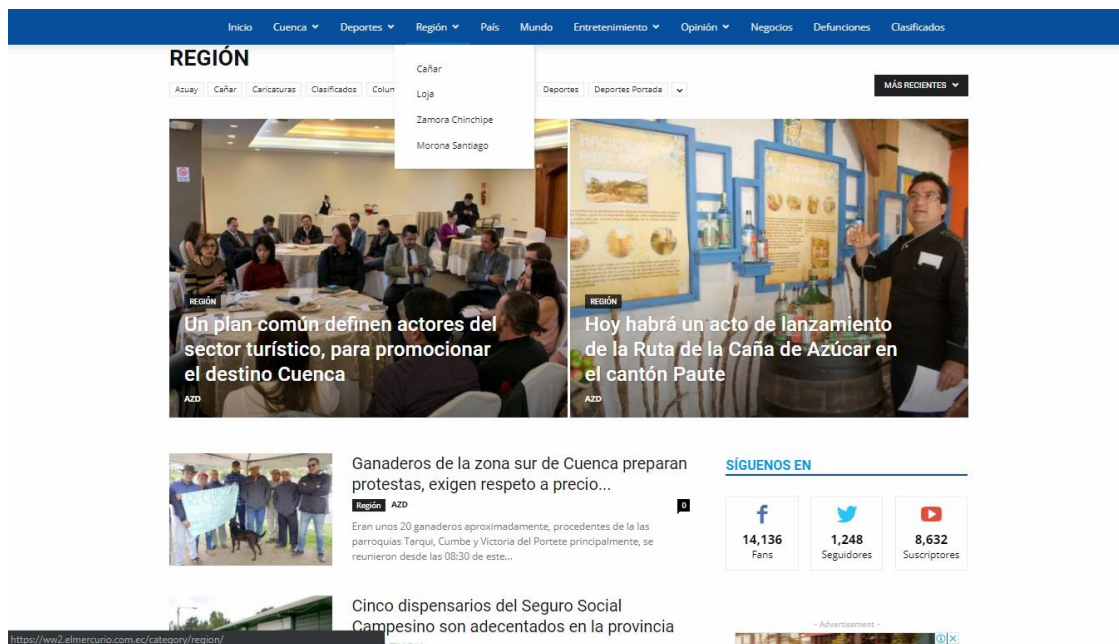


Fig 69 Sección región. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## País

Al hacer clic sobre esta sección, se nos da todas las noticias de carácter nacional.



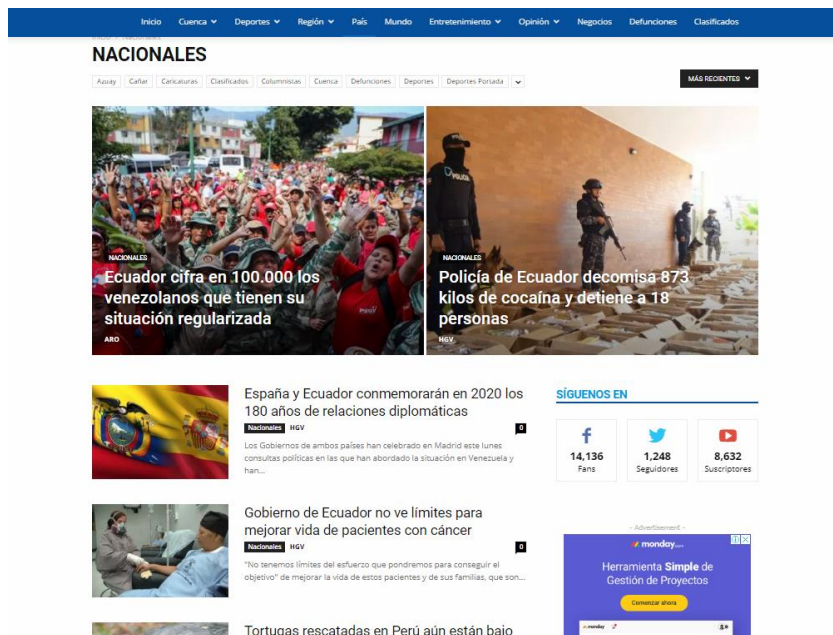


Fig 70 Sección País. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Mundo

Situándonos sobre esta sección y entrar haciendo un clic, se nos distribuye todo lo referente a nivel internacional con noticias destacadas que está siendo eco en todo el planeta.

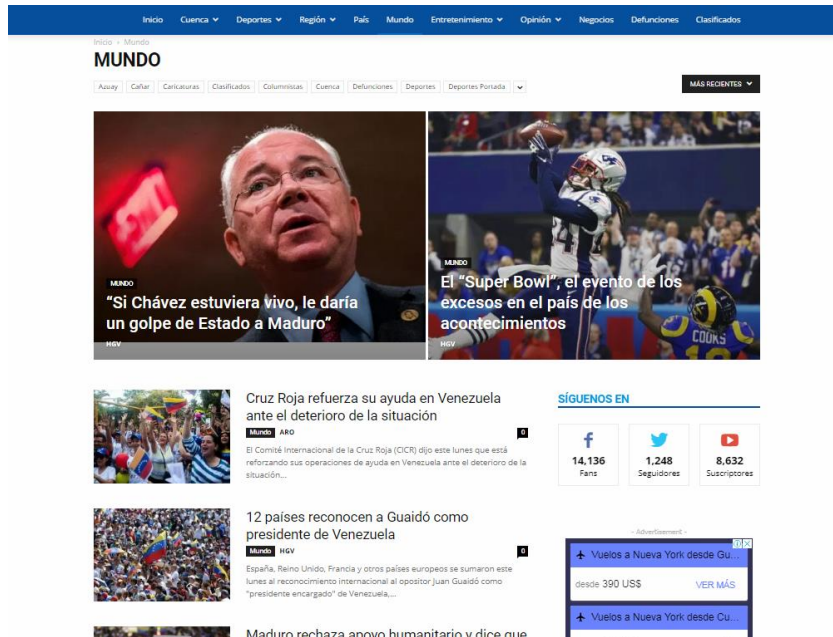


Fig 71 Sección mundo. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec.

## Entretenimiento



En esta sección no nos dirige a una página general, con varias noticias que se identifican con una etiqueta para enviarnos a las diferentes opciones que se nos presenta al mantener el cursor sobre la sección de entretenimiento como:

Farándula

Social

Tendencias:

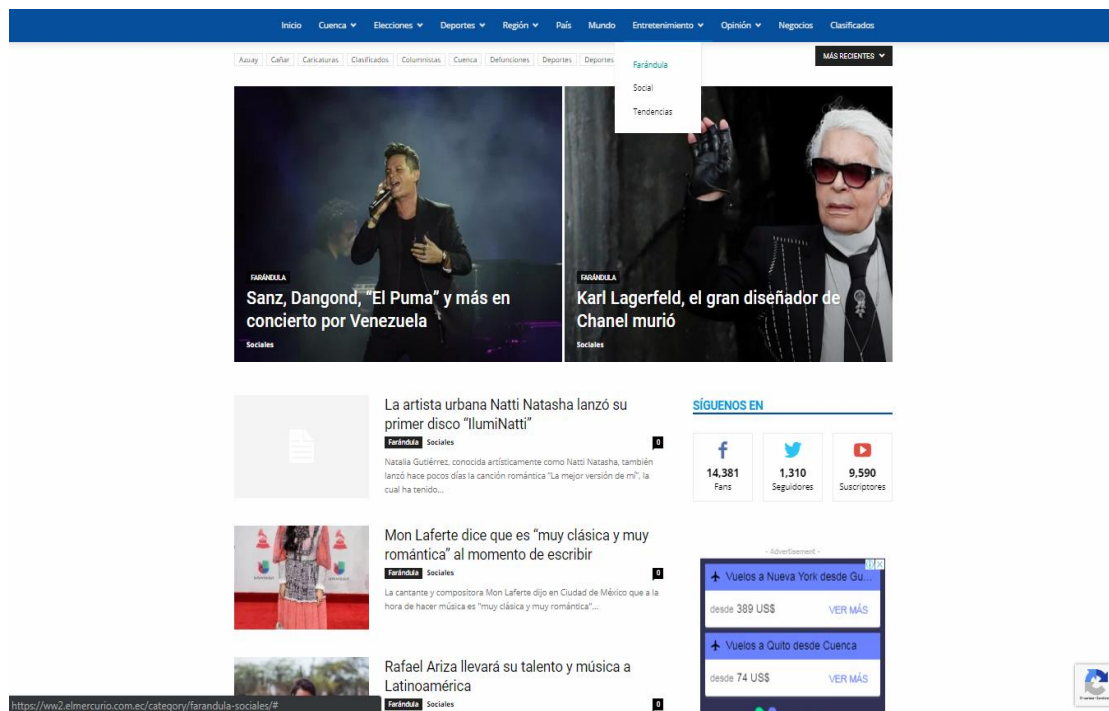


Fig 72 Sección entretenimiento. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Opinión

Al igual que la anterior sección, esta no nos brinda una página general que albergue todos sus sub temas con una etiqueta identificativa, sin embargo, cuenta con:

Editorial

Caricaturas

Articulistas:

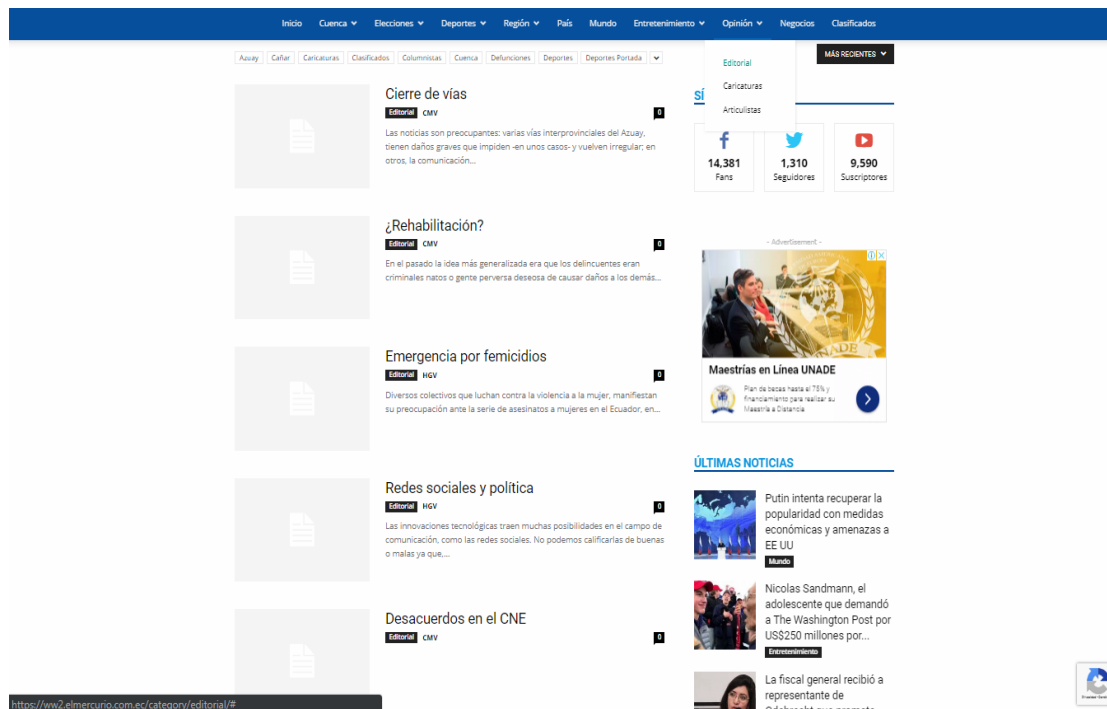


Fig 73 Sección Opinión. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Negocios

En esta sección se nos presenta todas las noticias referentes a la parte empresarial de la región, así mismo también al sector económico de interés para la ciudadanía.

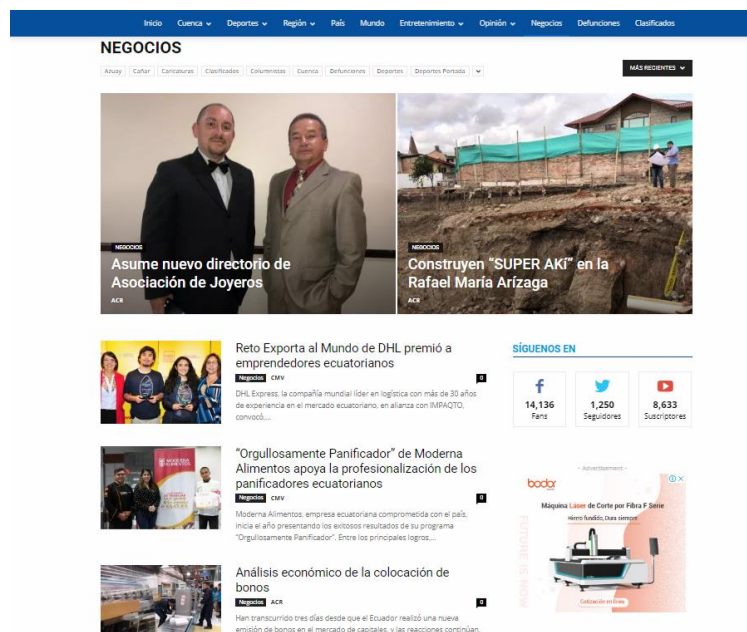


Fig 74 Sección negocios. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Defunciones

Esta sección a modo de lista, nos brinda todas las actas de defunción que son presentadas normalmente en el diario impreso, cada opción de la lista está separada por la fecha en la que fue publicada.

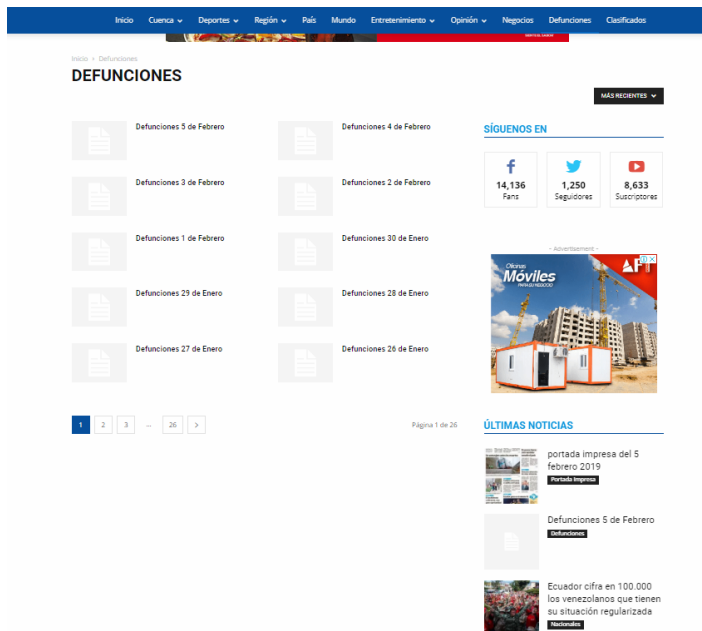


Fig 75 Sección defunciones. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Clasificados

Al hacer clic en esta sección nos remite a una página alterna, perteneciente al diario ([www.clasificadoselmercurio.com.ec](http://www.clasificadoselmercurio.com.ec)), donde se nos presenta en la esquina superior derecha 4 opciones: inicio, publicar un clasificado, login, registro.

Nos da también un menú con dos opciones Inicio y clasificados en el mapa.



## UNIVERSIDAD DE CUENCA

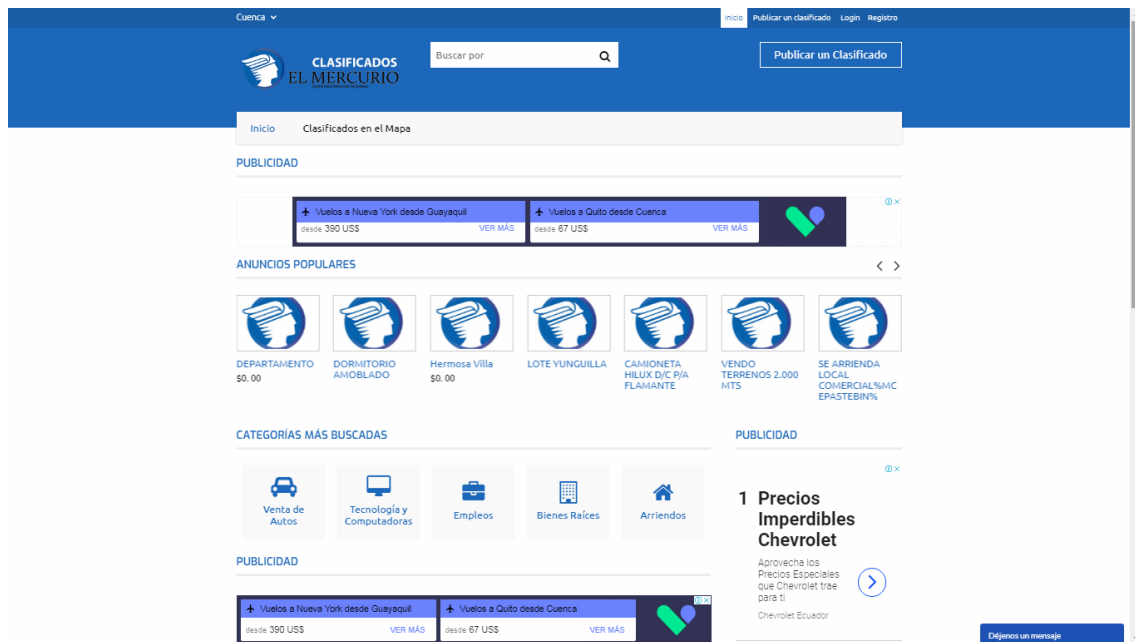


Fig 76 Sección clasificados. Fuente: ww2elmercurio.com.ec

Cuenta con diferentes categorías en las cuales puede establecerse el tipo de publicidad.

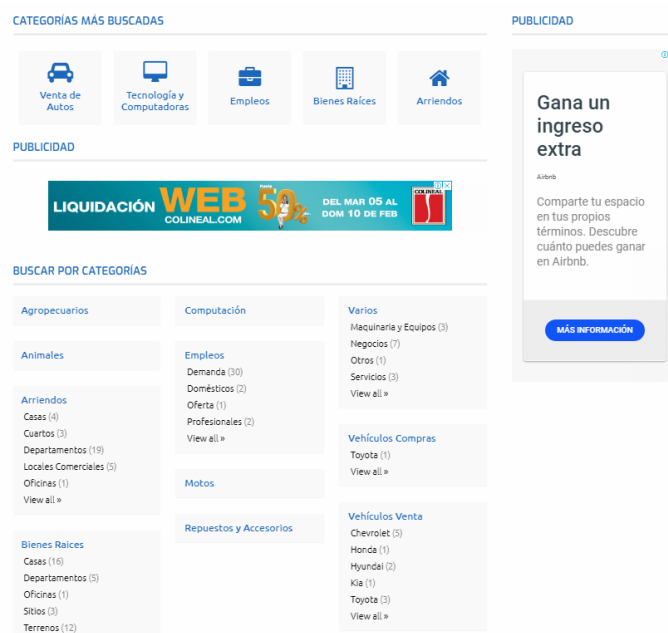


Fig 77 Categorías para contenido publicitario. Fuente: ww2. elmercurio.com.ec

En la parte de clasificados en mapa, existe un error que no deja visualizar las diferentes opciones marcadas.

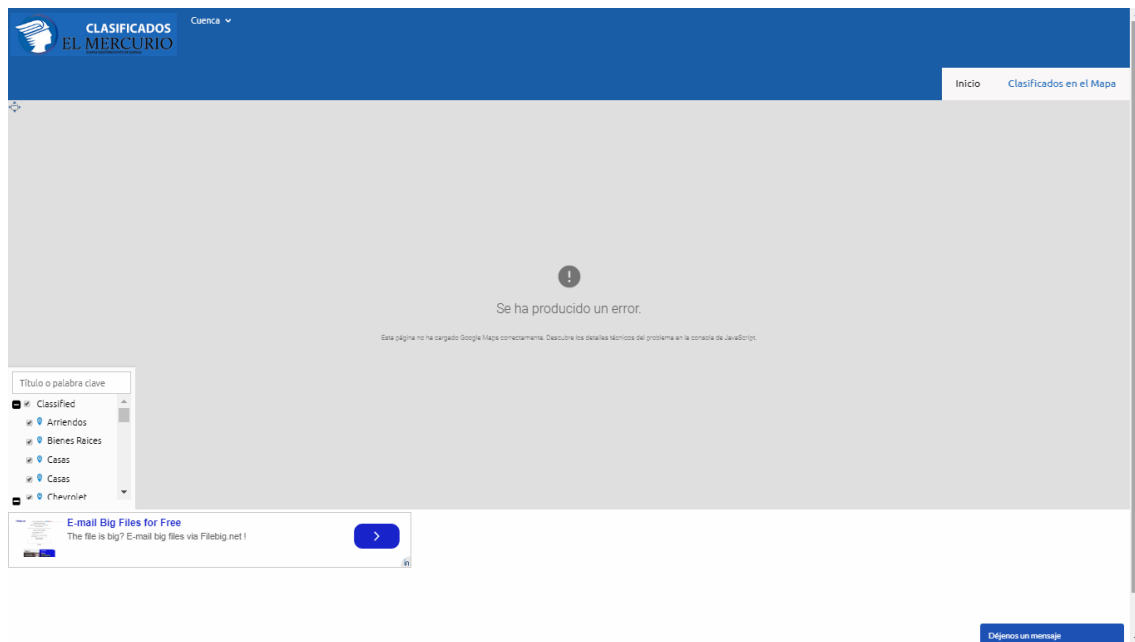


Fig 78 Mapa introducido en la parte publicitaria. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

## Diario El tiempo ([www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec))

### Elecciones 2019

Esta sección ha sido incorporada dado el auge de la fecha electoral y la correspondiente información acerca de los candidatos para alcaldía, prefectura y los diferentes concejales.

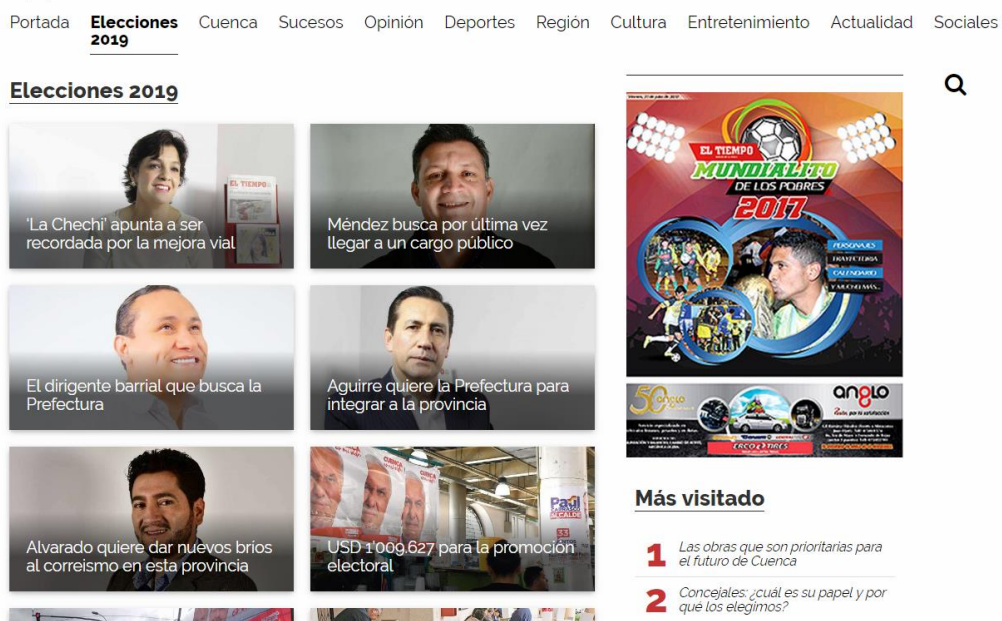


Fig 79 Sección elecciones 2019. Fuente: www.eltiempo.com.ec



## Cuenca

Al mantener clic sobre la palabra Cuenca esta nos lleva hacia otra parte del portal donde se encuentra todas las noticias coyunturales ocurridas al interior del Cantón Cuenca.

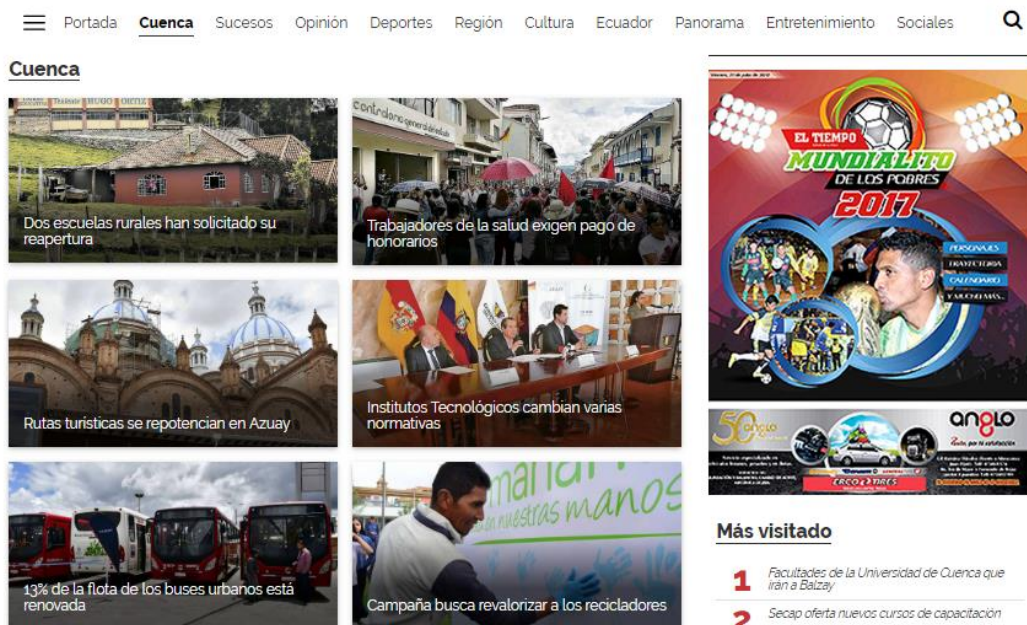


Fig 80 Sección Cuenca. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Sucesos

Esta sección está orientada hacia noticias con carácter policial, ya que nos encontramos con noticias sobre aprehensión a delincuentes, muertes y accidentes de tránsito.



Fig 81 Sección sucesos. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Opinión

Esta sección está enfocada en editorialistas que manifiestan su punto de vistas hacia los temas coyunturales de la ciudad y el país, además se encuentra la caricatura del día.

## Deportes



The screenshot shows the 'Deportes' section of the EL TIEMPO website. It features a grid of sports-related images and headlines. On the right, there is a table for the 'Campeonato Nacional' (National Championship) showing the top positions of various teams.

POSICIONES	EQ	Pts	GD
01	Emelec	22	41
02	Macará	22	35
03	Liga de Quito	22	27
04	Delfín	22	20
05	Barcelona	22	25
06	Independiente	22	25

Below the table, there is a 'Más visitado' (Most visited) section listing the top 5 most visited articles in the sports section.

Fig 82 Sección deportes. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Región

Todas las noticias de la parte regional se almacenan dentro de esta sección con contenido variado sin ninguna etiqueta, solamente con el título.



The screenshot shows the 'Región' section of the EL TIEMPO website. It features a grid of regional news images and headlines. On the right, there is a large graphic for the 'MUNDIALITO DE LOS POBRES 2017' (Poor World Cup 2017) and a 'Más visitado' (Most visited) section listing the top 2 most visited articles in the region section.

Fig 83 Sección región. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)



## Cultura

Las noticias del ámbito cultural se almacenan dentro de esta pestaña, netamente de la parte nacional.

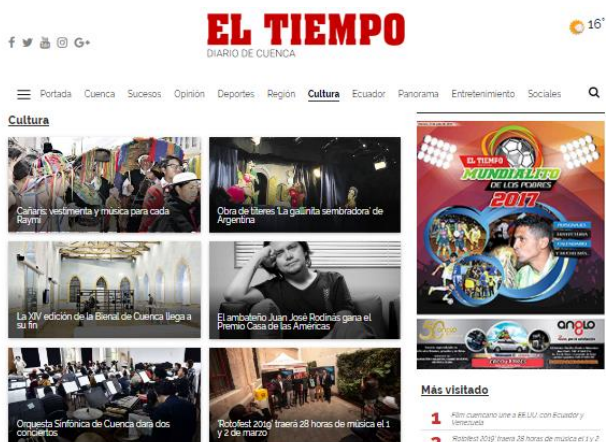


Fig 84 Sección cultura. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Entretenimiento

Las noticias del mundo de la farándula y el espectáculo se encuentran dentro de esta sección, con notas internacionales y nacionales.

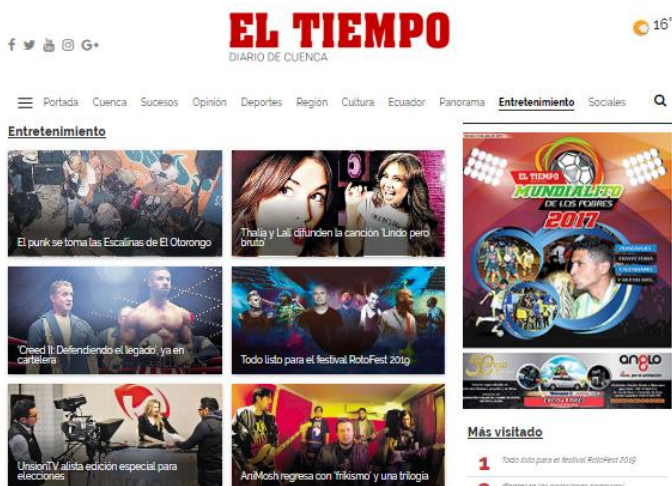


Fig 85 Sección entretenimiento. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Actualidad

Todas las noticias que son de último momento se encuentran en esta sección con noticias destacadas.



Fig 86 Sección Actualidad. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Sociales

Sección dedicada al posteo de fotografías de eventos o ceremonias dados dentro de la ciudad de Cuenca.

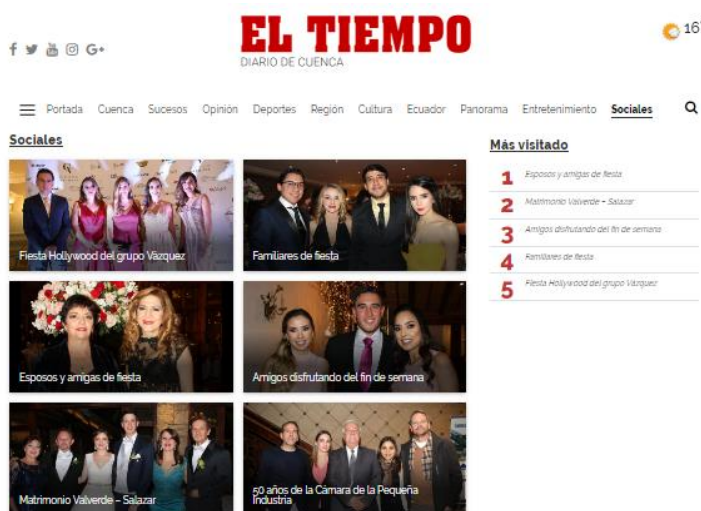


Fig 87 Sección sociales. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

## Comparación:

El portal digital de diario El Mercurio, mantiene mayor proporción de secciones en cuanto a lo que ofrece El Tiempo, lo cual permite que se vea más completo el uno y el otro más limitado.



Sin embargo, en base a la investigación y entrevistas a sus editores web, puntualizan que se hacen estudios según el requerimiento de los usuarios hacia las noticias más frecuentes, dado que esto les da un resultado para hacer más énfasis en dichas secciones o en su defecto omitirlas o darles menos espacio.

En diario el mercurio permiten construir en base a los intereses de las personas para cautivar la percepción del mismo; como otro punto señala que estos intereses se ven marcados por las redes sociales, ya que estas sirven como intermediario para que visiten la página central: “se hace un pequeño estudio, cuales son las noticias que causan más interés, cuales son las noticias que preocupan más, cuales son las noticias, que te tienen a ti pero expectante, como por ejemplo, el caso de Ana Galarza, en estos últimos días, ayer y hoy día. Para eso entonces uno distribuye, de la mano tiene que estar de ley un editor editorial, tenemos nuestro director web, el conjuntamente con el técnico dividen y subdividen las secciones que deben ir primero según el nivel de interés que sabemos que las personas a través de ese estudio, pueden llegar a tener.” (Gutama, 2019)

En ese mismo sentido de estudiar los intereses de la ciudadanía, se encuentra el tiempo, pues encontramos similitud en cuanto a la parte investigativa que se genera en el medio para diseñar las secciones más representativas. En el tiempo el año anterior se realizó una reestructuración de la página: “el año anterior hicimos la última reestructuración de nuestra página pero para ello previo se hace un estudio, un estudio muy grande muy largo para saber o sea que secciones son las más leídas, que secciones no son visitadas que información le gusta al público y cosas así, entonces sí, en base nosotros siempre cualquier tipo de cambio de mejora o de cosas que hagamos dentro de la página web y de nuestras redes sociales siempre son en base a los resultados que vamos teniendo y los análisis que hacemos no lo hacemos al azar siempre estamos levantando información, comparando, analizando y vamos mejorando en el camino” (Pazan, 2018)

#### **4.2.3 Opciones multimedia**

Tanto (Elmercurio.com.ec) como (Eltiempo.com.ec), cuentan con varias secciones multimedia que se han ido adaptando a lo largo de los años, adaptando audio como video, foto galerías y la versión digital de sus ejemplares físicos.

## El Mercurio

**Audio:** El Mercurio cuenta con una sección de radio, mediante un sistema de podcast que es incorporado a su página web desde el año 2018. Actualmente cuentan con un total de noventa y tres entrevistas, las cuales se las puede escuchar tanto desde el perfil en la apk de Ivoox (aplicación que se la puede descargar en las diferentes plataformas como Android o IOS). A nivel de audiencia en dicha aplicación se encuentran en la posición 8.011.

Directamente desde la página como desde la aplicación, nos dan tres opciones muy beneficiarias para el usuario, dado por el tiempo; pues permite compartir la entrevista en nuestras redes sociales, suscribirnos al perfil o descargarnos dicho audio.

Lo que, si no existe, es el audio como extensión a la noticia que se publica diariamente en el sitio web.

**Foto galerías:** Elmercurio.com.ec cuenta con dos secciones que están distribuidas para la sección de fotografía y caricaturas. En la primera galería se encuentra en la pestaña de entretenimiento (social) donde se almacenan varias fotos de eventos sociales que se suscitan a nivel de la región. La otra sección se encuentra en la pestaña Opinión (caricaturas) donde se presentan varias imágenes de las caricaturas que se presentan día a día. Cabe destacar que ninguna de estas tiene un sentido informativo como infografías o con fin narrativo. Otro problema es que no se presentan las imágenes de forma interactiva, como mencionamos antes, a forma de slideshow, acción que permite ir pasando foto por foto con un solo clic; en este caso se necesita entrar a la imagen y retroceder para buscar otra.

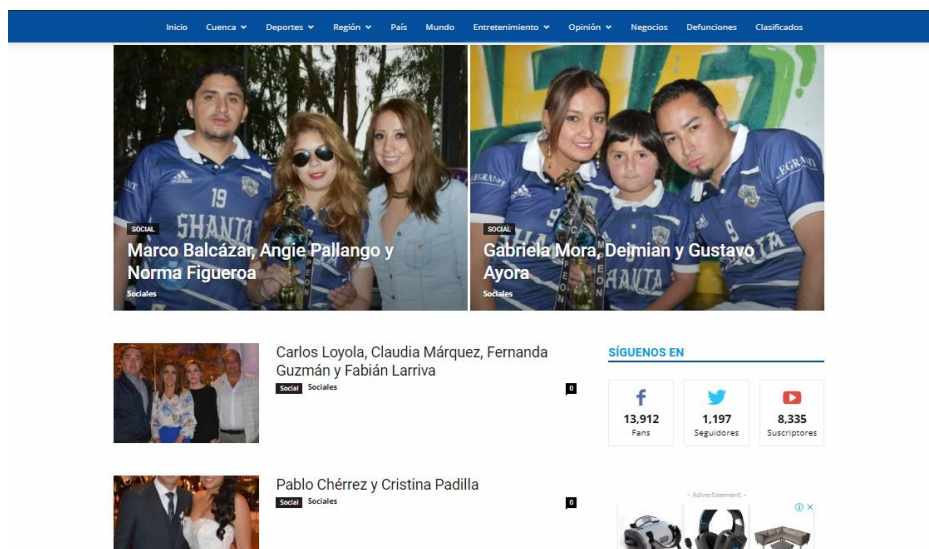


Fig 88 Galería de fotos en sección sociales. Fuente :ww2. elmercurio.com.ec



Fig 89 Fotografías de las caricaturas en la sección editorial. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

**Video:** En la página principal de la página web de elmercurio.com.ec, nos da una sección de videos que se encuentra debajo de las noticias destacadas de deportes y farándula, casi al final del sitio. Donde tenemos una extensión de su canal de YouTube, en la cual se presenta varias entrevistas, informativos comunitarios, reportajes y eventos sociales. Las entrevistas que se almacenan en esta parte de videos, también se la encuentra en la parte de audios. El medio produce varios contenidos de calidad que básicamente alimentarían a las noticias que dan a conocer de la región, sin embargo, no se ha explotado esa funcionalidad para el usuario, exceptuando en alguna noticia de farándula donde al hablar de un artista, colocan la opción del video desde YouTube, musical o de perfil o también como lo hacen en su última sección de elecciones 2019, donde se produce el enlace de video entrevista de los candidatos a la parte textual y fotográfica. Llevan desde el 2 de octubre del 2009 publicando videos en esta plataforma y cuentan con un total de 858 suscriptores y con más 672 videos en la red.



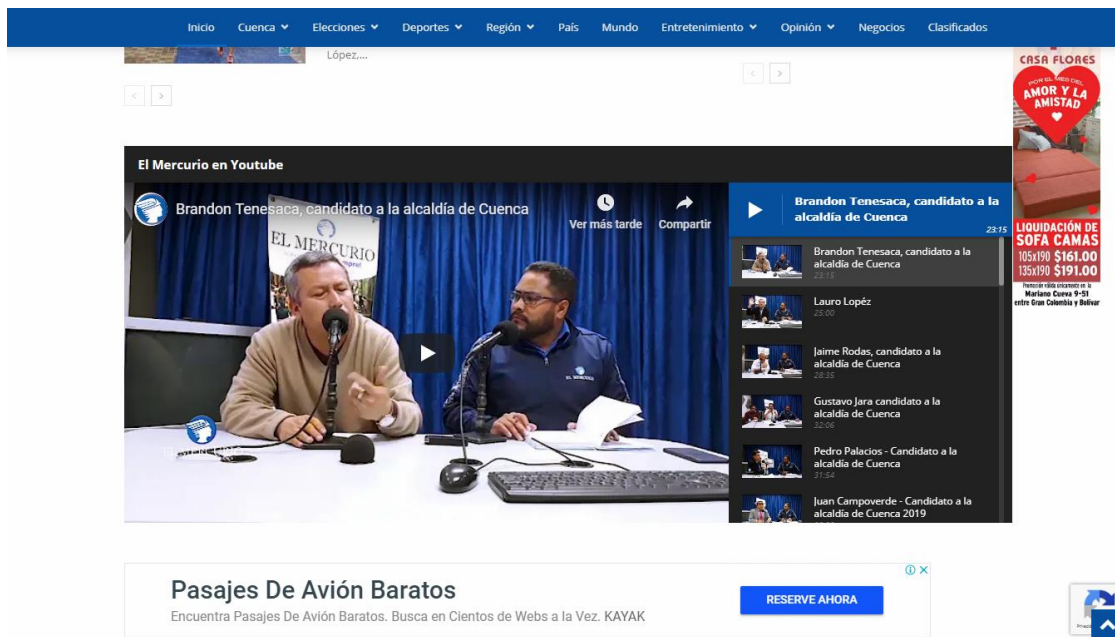


Fig 90 Sección de videos de YouTube anexa a la página principal. Fuente: ww2.elmercurio.com.ec

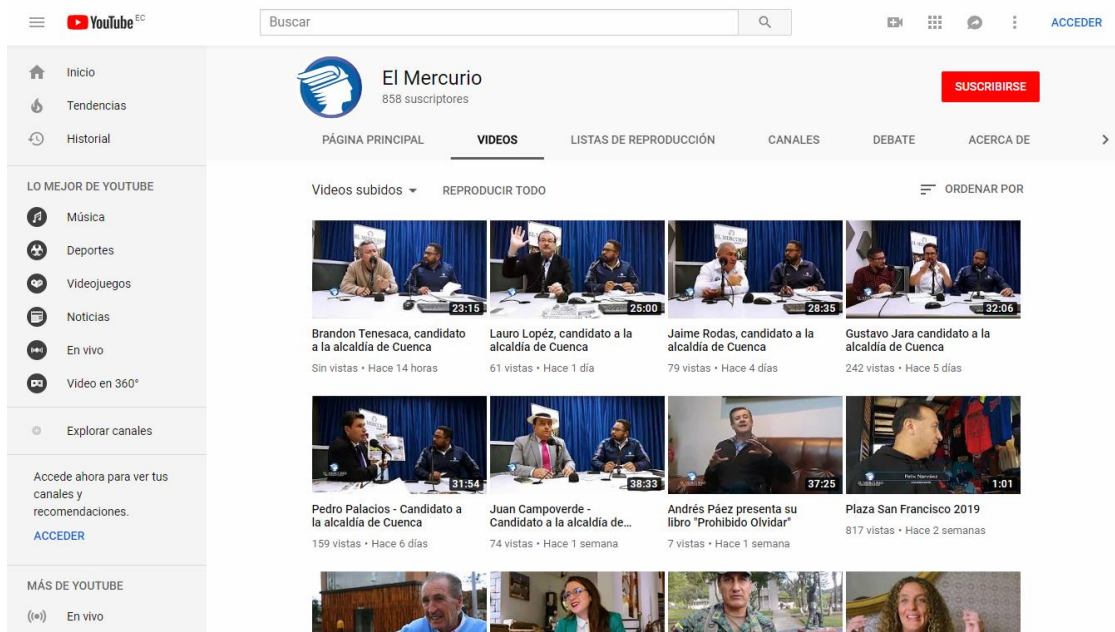


Fig 91 Canal de YouTube de El Mercurio, donde sube entrevistas, informativos y reportajes. Fuente: https://www.youtube.com/user/videoselmercurio.

## El Tiempo

**Audio:** El diario a diferencia del Mercurio no cuenta con un espacio dentro de la página web con radio online propio o un sistema de entrevistas sonoras anexadas a la página web, no obstante, cuentan con la incorporación de un banner publicitario hacia la radio: publicafm



(<https://www.publicafm.ec/>), opción que se encuentra en la parte superior debajo del menú de interacción de las secciones del diario.



Fig 92 Opción Anexa radio online dentro de la página principal. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

**Foto galerías:** El Tiempo cuenta con dos secciones que están distribuidas para la sección de fotografía y caricaturas. En la primera galería se encuentra en la pestaña de entretenimiento (social) donde se almacenan varias fotos de eventos sociales que se suscitan a nivel de la región. La otra sección se encuentra en la pestaña Opinión (caricaturas) donde se presentan varias imágenes de las caricaturas que se presentan día a día. Cabe destacar que ninguna de estas tiene un sentido informativo como infografías o con fin narrativo.



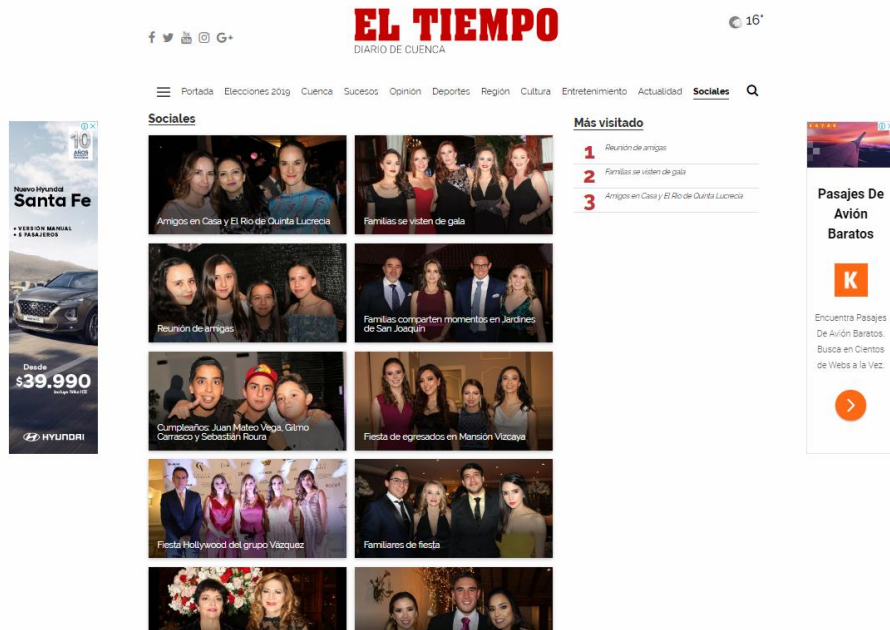


Fig 93 Foto galería en la sección sociales de la página. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

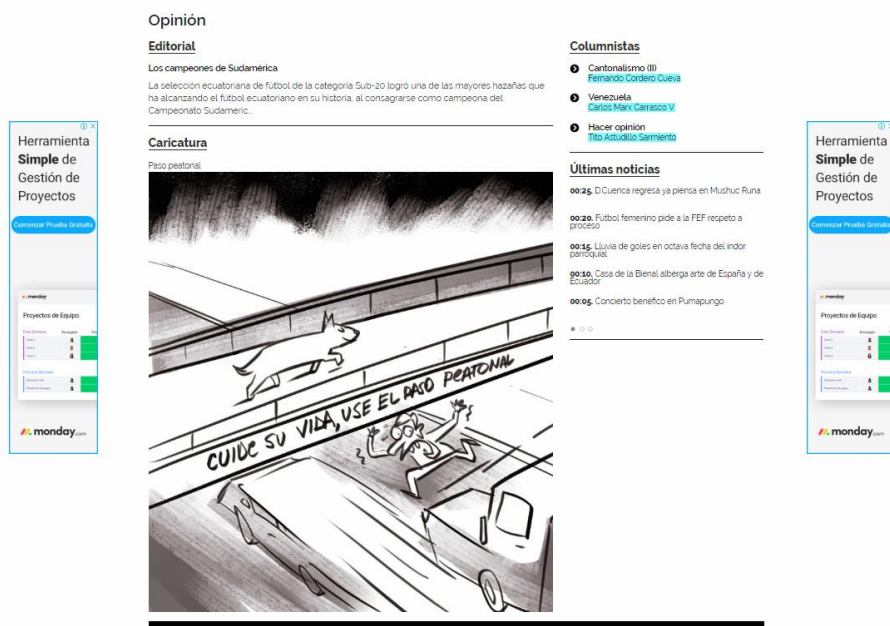


Fig 94 Fotografías de caricaturas establecidas en la sección opinión. Fuente: [www.eltiempo.com.ec](http://www.eltiempo.com.ec)

**Video:** Dentro del portal digital tenemos una extensión que nos direcciona hacia el canal de YouTube del diario donde tienen varios videos subidos, el enlace es <https://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb>. Sin embargo la opción de videos anexada a la página de [eltiempo.com.ec](http://eltiempo.com.ec), no existe.

El canal cuenta con 1407 suscriptores, pero no tiene mucha actividad, hay videos de una duración promedio de uno a dos minutos, con una interacción baja de los usuarios. Están en esta plataforma desde el 14 de julio del 2010.

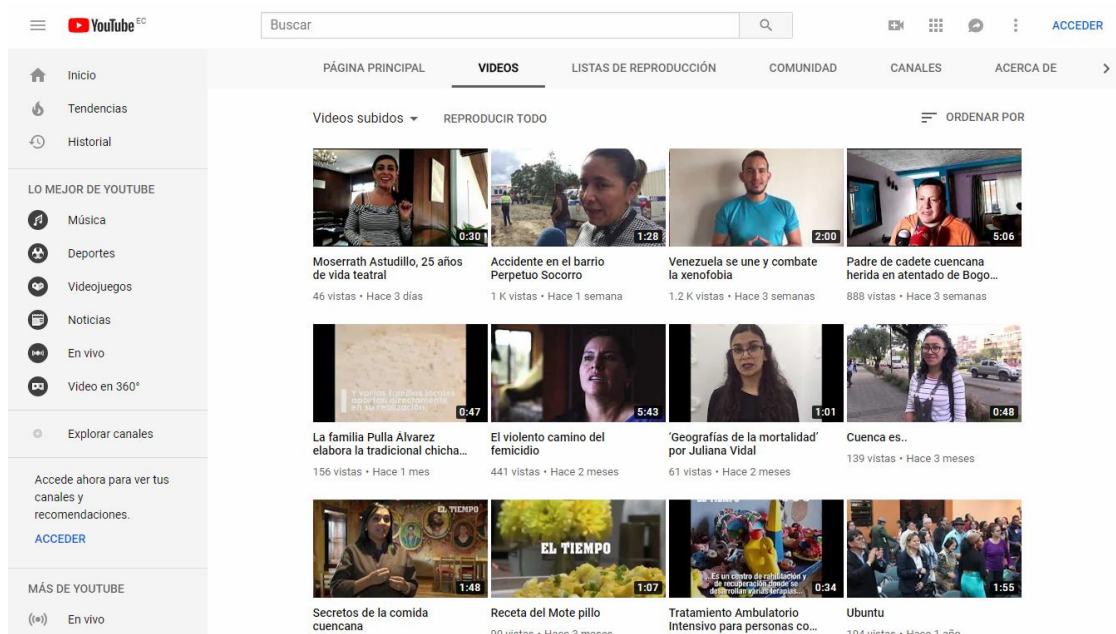


Fig 95 Canal de YouTube de El Tiempo, donde sube contenido como reportajes, entrevistas y coberturas. Fuente: [www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb](http://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb)

Tabla 8

Opciones multimedia dentro de las páginas de los diarios a investigar.

Recursos multimedia y audiovisuales	El Mercurio	El Tiempo
Audio en vivo	Si, el de la radio online que esta enlazado en la página,	No, sin embargo tienen un banner hacia la radio publicafm.
Video en vivo	Si desde sus redes sociales (Facebook), después de esto las entrevistas son subidas como extensión de YouTube a la página web.	Solo en coberturas especiales, no desde la página web pero si desde sus redes sociales (Facebook)
Infografías	Si, en algunas publicaciones, que requieren mayor información.	Si, más en investigaciones profundas que requieren contexto.
Enlazamiento a redes sociales	Si, dentro de la página, están enlazadas sus 3 redes	Si están enlazados con sus distintas redes sociales

	más importantes:	principales como:
	Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.	Facebook, Twitter, YouTube, google e Instagram.
	Twitter lo tienen de manera enlazada a la página con un espacio de actualización de lo que se publica en esa red.	
Enlaces a otros sitios web	Si, a su kiosko de audios en Ivoox	Si, un banner publicitario hacia la radio publica.fm.
Editoriales	Si	Si
Blogs	No	No

Resultados de investigación y comparación de las opciones multimedia dentro de los sitios web de [elmercurio.com.ec](http://elmercurio.com.ec) y [eltiempo.com.ec](http://eltiempo.com.ec).

Fuente variables tabla: (Terreros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

Los elementos multimedia son recursos que se han adaptado de manera general al sitio y alguna que otra publicación en [elmercurio.com.ec](http://elmercurio.com.ec), mientras que en [eltiempo.com.ec](http://eltiempo.com.ec), hace falta utilizar estos recursos más para satisfacer a todo tipo de usuario que requiere de audio, texto y video para complementar esa necesidad de información que plantean varios medios digitales, independientemente de si son radiales, escritos o televisivos.

El sitio web de El Mercurio, cuenta con opciones como audio, con la inserción de un quiosco de entrevistas, mediante la plataforma de Ivoox, y también la opción de radio online.

En la parte de video, las entrevistas que, a modo en vivo, se hace, no desde su página, porque no existe la opción, sin embargo, cuentan con una parte insertada desde la plataforma YouTube al sitio web, donde permite ver las entrevistas sin necesidad de visitar la red social de videos.

En la parte de fotografías y galerías, pues se encuentran solo la parte de eventos sociales que se dan en la ciudad y de las caricaturas que se comparten diariamente, no hay un espacio donde se suban infografías o imágenes con contenido informativo que se anexo a una nota.

Mientras que el sitio de El Tiempo, en la parte de audio, tiene un banner publicitario que conduce hacia otro portal web, como lo es publicafm, no hay la opción de escucharla desde la página del diario mismo.

En la parte de video, a su vez igual que El Mercurio, hacen videos de entrevistas en vivo desde Facebook, empero, en la página central no se suben estos videos, sino que tenemos que hacer clic en la opción de YouTube que nos dirija hacia esa plataforma y verla desde ahí.

En cuanto a fotografía o galerías, al igual que el mercurio tienen secciones de la parte social donde se publican imágenes de las diferentes reuniones o eventos en la ciudad; o la parte de caricatura. No existe un espacio donde se suban las infografías que publican en las investigaciones de las notas, que se ven en gran proporción dentro de cada noticia.

#### 4.2.4 Hipervínculos y etiquetas

En cuanto a hipervínculos y etiquetas, algunas publicaciones cuentan con su respectivo enlace que redirige a más información o a la institución de lo que se está hablando.

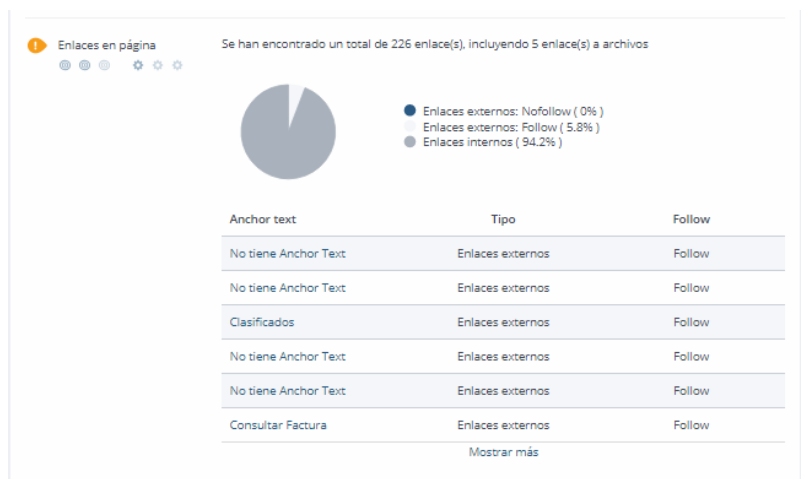


Fig 96 Análisis del sitio de Woorank respecto a hipervínculos y etiquetas utilizadas por elmercurio.com.ec. Fuente: [www.woorank.com.es](http://www.woorank.com.es)

El sitio Woorank, conto alrededor de 226 enlaces con los cuales cinco son de archivo. Con lo cual no le da una calificación buena, si no que se debería mejorar ese aspecto. Mientras que El Tiempo los hipervínculos son menores en relación con El Mercurio, ya que el sitio obtuvo un resultado de cincuenta y cuatro enlaces. Esto varía dependiendo la coyuntura.

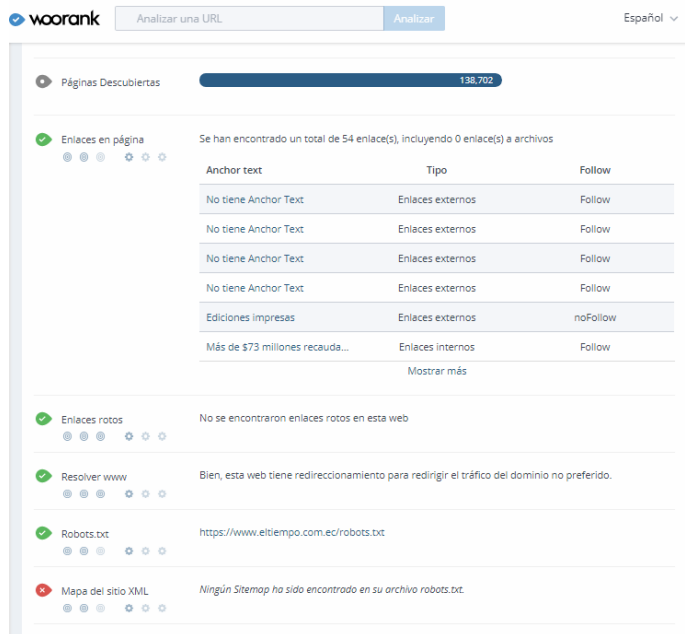


Fig 97 Análisis del sitio de Woorank respecto a hipervínculos y etiquetas utilizadas por eltiempo.com.ec. Fuente: [www.woorank.com.es](http://www.woorank.com.es)

El uso de hipervínculos dentro de cada nota, en su mayoría se ve dentro de las publicaciones que hace eltiempo.com.ec, en comparación con elmercurio.com, dado que los dos medios aciertan que es una función que se utiliza para extender la información y se utiliza dentro de investigaciones con profundidad y que requieren mayor espacio para remitir hacia otra información que tal vez el usuario no ha captado como: conceptos, estadísticas, etcétera.

El uso de hipertexto no se utiliza mucho en el Mercurio, lo señala su editor y reportero web, debido a que depende más de investigaciones a fondo y no en noticias breves que ellos mantienen en actualización, sin embargo, señala su importancia:

“El hipertexto es súper importante en temas más de investigación, ya no tanto en temas de notas breves o noticias que nosotros reconocemos, puesto que ya están impresas, la idea del hipertexto es llevar a la persona que lea un informe, pueda viajar durante todo el informe y pueda investigar y meterse más a fondo. Lo que nosotros hemos trabajado en realidad o en todo caso, re direccionar a través del hipertexto a temas relacionados al tema que se está planteado en algunas de las notas, de esa forma es que hemos trabajado el hipertexto” (Gutama, 2019)

Mientras que, en El Tiempo, es más común, pero cabe destacar que no en todas sus publicaciones utilizan la función de hipertexto, ya que esas se refieren más a las



investigaciones profundas que permiten utilizar hipervínculos y cuando hacen función de esto, lo remiten a noticias publicadas por ellos mismos. Lo menciona su periodista web, Claudia Pazan: “se puede hacer en las notas que te permiten, porque no toda la información tienen un contexto, ahora si es que es algo noticioso, por ejemplo en este caso, es algo que permitía dar un hipervínculo a notas, claro nosotros damos hipervínculos a notas propias que fueron redactadas dentro del medio de comunicación para que el público se mantenga dentro de nuestra plataforma” (Pazan, 2018)

Respecto al uso de etiquetas, los dos medios lo utilizan para separar sobre todo las noticias de portada para redirigir o inducir hacia la sección que pertenece cada una como, por ejemplo: Cuenca, región, nacionales, mundo, etcétera.

#### **4.2.5 Facilidad e interactividad para el usuario**

La facilidad e interactividad, los dos medios, tanto [elmercurio.com.ec](http://elmercurio.com.ec) como [eltiempo.com.ec](http://eltiempo.com.ec), lo han logrado por medio de sus redes sociales, no obstante, estas son utilizadas como fuentes de difusión ya que los sitios web son quienes albergan toda la información; estos son su razón de ser por lo cual se requieren más visitas en el mismo.

El ex director de diario El Mercurio, señala que la página es amigable con el usuario y que uno de los factores por los cuales más los visitan es desde los celulares dado que es la herramienta que se utiliza mayoritariamente dentro del target de 25-34, según los datos de google analytics, brindados por el medio.

“Es una página muy amigable, hace 4 meses más o menos, presentamos el nuevo formato, es un formato más amigable, sobre todo para los celulares porque nosotros creemos y estamos conscientes de que por donde más nos leen a nosotros es mediante las redes sociales primero y segundo mediante el celular. Ya pocas personas utilizan una computadora para leer, [elmercurio.com](http://elmercurio.com), salvo que sea desde una radio desde otro lugar pero nosotros sabemos que nos leen más desde los medios móviles”. (Guillermo, 2018)



Por la edad:

Age	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	109,779 % of Total: 43.24% (253,872)	72,233 % of Total: 36.58% (197,483)	202,399 % of Total: 42.96% (471,091)	0.47% Avg for View: 0.86% (-44.65%)	4.76 Avg for View: 4.68 (1.66%)	00:02:07 Avg for View: 00:02:07 (-0.07%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. 25-34	34,530 (30.69%)	24,611 (34.07%)	53,195 (26.28%)	0.52%	3.49	00:01:20	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
2. 35-44	26,906 (23.92%)	16,645 (23.04%)	47,277 (23.36%)	0.49%	3.93	00:01:43	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
3. 45-54	20,454 (18.18%)	11,824 (16.37%)	40,283 (19.90%)	0.43%	4.66	00:02:08	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
4. 55-64	13,449 (11.96%)	6,880 (9.52%)	30,677 (15.16%)	0.41%	5.92	00:03:00	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
5. 18-24	10,048 (8.93%)	8,559 (11.85%)	13,377 (6.61%)	0.54%	6.86	00:01:47	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)
6. 65+	7,107 (6.32%)	3,714 (5.14%)	17,590 (8.69%)	0.47%	7.38	00:04:11	0.00%	0 (0.00%)	\$0.00 (0.00%)

Fig 98 Rango de edad propuesto por google analytics de la página de elmercurio.com.ec. Fuente: El Mercurio.

Dando como resultado primero con 25-34 años con un porcentaje del 30,69% con una duración en la página de 1 minuto con 20 segundos; los usuarios que más permanecen navegando dentro del sitio son de la edad de: 55-64 (11,96%) 3 minutos; y por ultimo con 4 minutos los usuarios de 65 años en adelante (6,32%).

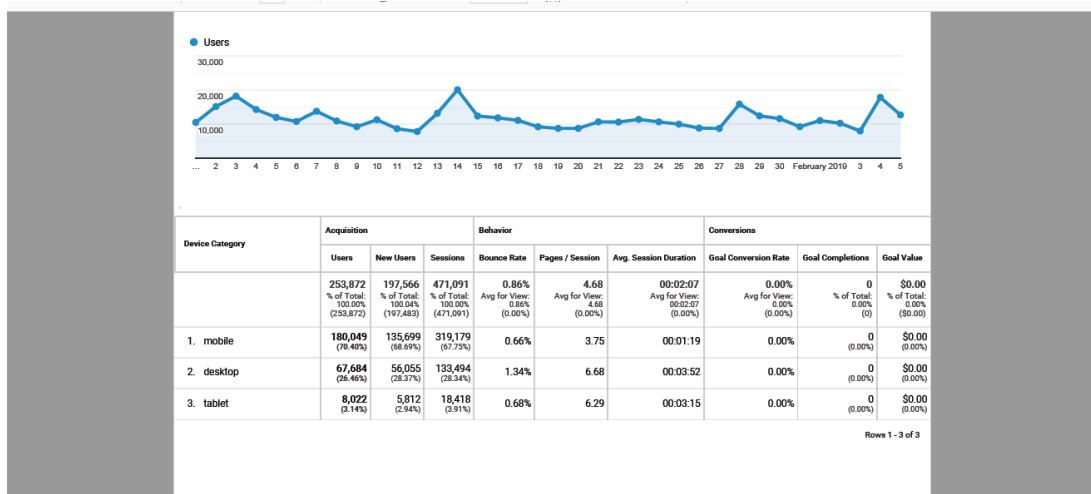


Fig 99 Rango de plataforma utilizada para entrar a la página de elmercurio.com.ec propuesto por google analytics. Fuente: El Mercurio.

Dando así un porcentaje de 70.4% en celulares (mobile); seguido de computadora (desktop) con 26,46%; y por ultimo por la tableta (Tablet) con un 3,14%. Cabe destacar que estos análisis son de los últimos 3 meses.

En cuanto a las secciones más visitadas nos muestran que la sección deportes predomina estilos de vida con 4,29%, seguido de empleos con 3,35% y por ultimo deportes con 5,42%



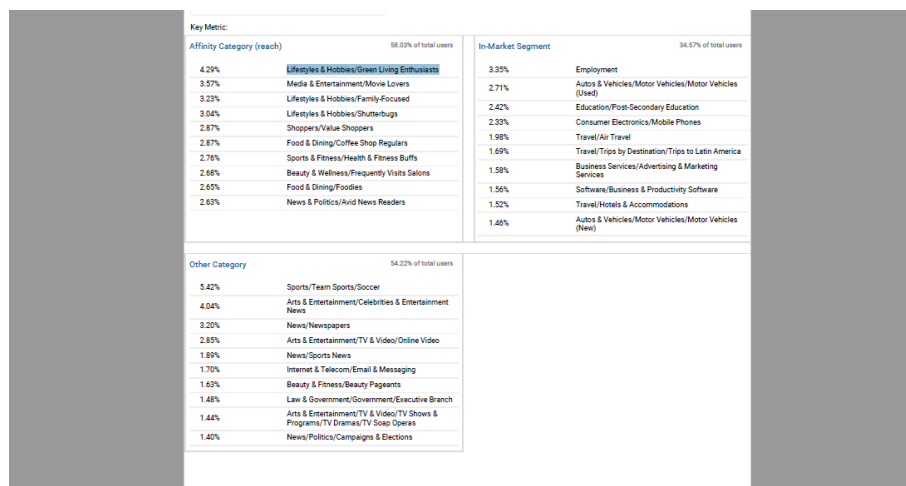


Fig 100 Rango de categorías más visitadas propuestas por google analytics de elmercurio.com.ec. Fuente: El Mercurio.

Mientras que, en El Tiempo, aunque negaron el acceso a los datos de google analytics, por seguridad. Pudimos establecer los puntos en cuanto a rango de categoría y desde que dispositivo les dan más seguimiento sus usuarios, con la ayuda de similar web.



Fig 101 Rango de plataforma y acceso al sitio web de eltiempo.com.ec mediante similar web. Fuente: www.similarweb.com.

Según las estadísticas que señala el portal, sus usuarios se destacan por ser consumidores de información del medio, mediante los computadores y los dispositivos móviles. Dando un porcentaje mediante el buscador con un 71,85%, seguido de directo con 15,53% y por la parte de redes sociales con un 10,67%. El rango de edad no establece, sin embargo, da un estimado de dos minutos con trece segundos que permanece el usuario en la página y las secciones más visitadas dentro de la misma.

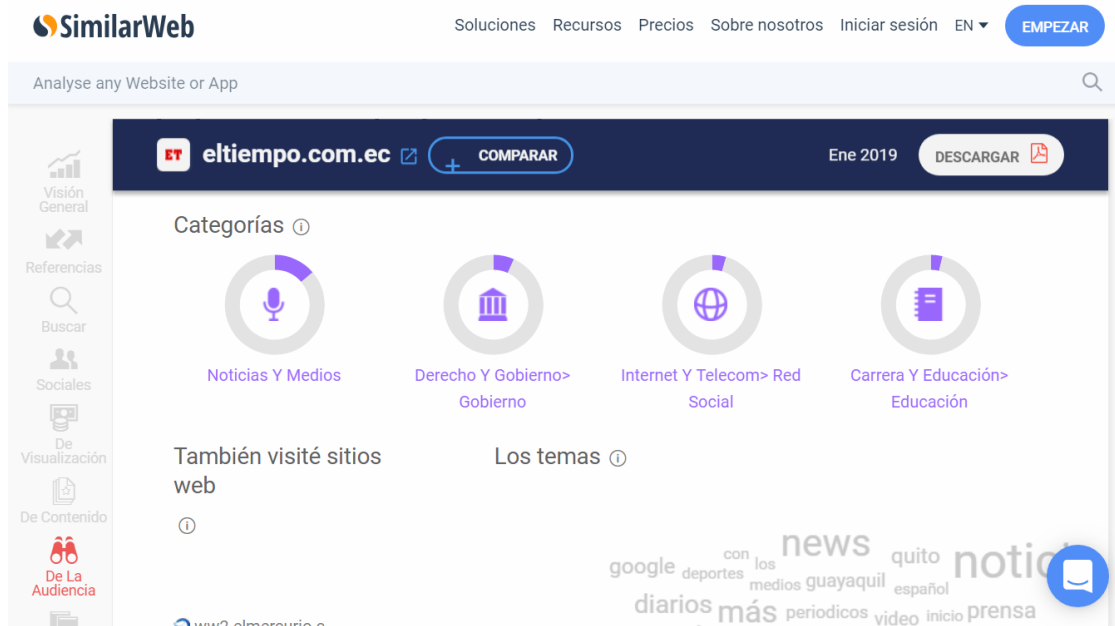


Fig 102 Rango de categoría más visitada dentro del sitio eltiempo.com.ec propuesto por similar web. Fuente: [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com)

Danny Galán por su parte es lo que más valora en el momento de hablar sobre las aplicaciones digitales ya que siempre piensa en el usuario antes de realizar cualquier actualización a las diferentes redes sociales.

Tabla 9

*Variables de análisis de interacción- usuario a investigar.*

Interacción Usuario-Medio	El Mercurio	El Tiempo
Foros	No, tienen un espacio para comentar pero no un foro como tal; utilizan el whatsapp para recibir denuncias y quejas.	No, comentarios en redes si, o por correo electrónico. El whatsapp se utilizaba pero por el momento se encuentra inestable.
Contacto con el diario	Si, por vía correo, número telefónico o redes sociales.	Si, por correo electrónico, número telefónico y redes sociales.
Fotos	Sí, hay secciones de	Si, dos secciones: social y

	sociales y caricaturas.	caricatura.
Votaciones, encuestas	No, en ninguna sección se ve el uso de esta característica. Sin embargo se lo hace en redes sociales.	Si pero en su mayoría mediante Facebook, no en la página web.
<b>Servicios para el Usuario</b>		
Versión para imprimir	Sí, pero solamente la portada	Si, solamente la portada.
Diario en digital	No posee esta opción, solo se ofrece la portada	No posee esta opción, solamente la portada.
Ampliación y reducción de letra	No tiene esta opción para los usuarios como opción en la página. Sin embargo en los dispositivos móviles se puede acercar y alejar.	No tiene la opción, sin embargo los dispositivos móviles permiten dicha función.
Buscador	Si, en la esquina superior derecha, a lado de las redes sociales.	Si, al lado del menú de las secciones de información.
Enviar por correo	Si, al finalizar una publicación tiene esta opción.	No por correo.
Compartir en redes sociales	Si, en Facebook, Twitter y Google +.	Facebook. Twitter, Google +, Instagram
Contenido para dispositivos móviles	Si, Android, IOS.	Sistema Android, iOS
Publicidad	Si, tienen distribuido a lo largo de su portada y publicaciones, derecha, izquierda y en la parte superior e inferior de la página. También al entrar en el sitio hay una ventana	Si, distribuido en la totalidad de la página. En la parte derecha, izquierda; y superior e inferior de cada nota

	de publicidad.	
Promociones	Si en toda la pagina	Si, en toda la pagina
Anuncios	Si, tienen una sección de clasificados.	No, en ninguna de las secciones.

Resultado de la investigación y comparación de la parte interactiva medio- usuario de los sitios web de elmercurio.com.ec y eltiempo.com.ec.

Fuente variables tabla: (Terrerros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuatte.

## Plataformas digitales

Las redes por la que comúnmente distribuyen tanto el Mercurio como El Tiempo son: Facebook, Twitter y Google+, claro que se enfocan en otras plataformas también como complemento para video y fotografía (Instagram), pero las anteriores mencionadas engloban más características en ayuda de contenido y el aumento de seguidores, les sitúa como las más importantes.

## El Mercurio

La presencia de este medio cuencano en las redes sociales, es masivo, por todo el auge y consumo que producen las mismas, pues en este caso las masas en su mayoría durante el día laboran o pasan tiempo utilizando su Smartphone con todas las opciones que un teléfono en la actualidad nos proporciona como lo es: ocio, diversión, información.

*Tabla 10*

*Detalles de seguimiento en redes sociales.*

	El Mercurio
Facebook	Si (Diario ElMercurio)
Twitter	Si (@mercurioec)
Seguidores en Facebook	169.295 Total de Me gusta
Seguidores en twitter	195k
Promedio de tweets	1000
Google +	Si

Instagram	Si (el_mercurioec)
Seguidores en Instagram	2.617
Publicaciones en Instagram	8.170 publicaciones
Flickr	No
YouTube	Si
Suscriptores en YouTube	675

Resultado de detalles en cuanto al seguimiento y presencia de usuarios en redes sociales para diario El Mercurio.

Fuente variables tabla: (Terreros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

Como podemos observar su aceptación para el público supera los 100.000 seguidores tanto en Facebook como en twitter, siendo estas sus dos principales cartas de presentación en cuanto a distribución de contenido, directamente enlazado con la página madre del diario. En estas dos redes sociales, en palabras de su director, mantiene que es donde más seguimiento tiene, pues este espacio es aprovechado por todo lo que conlleva en cuanto a inmediatez y facilidad de publicación de la información.

## Facebook

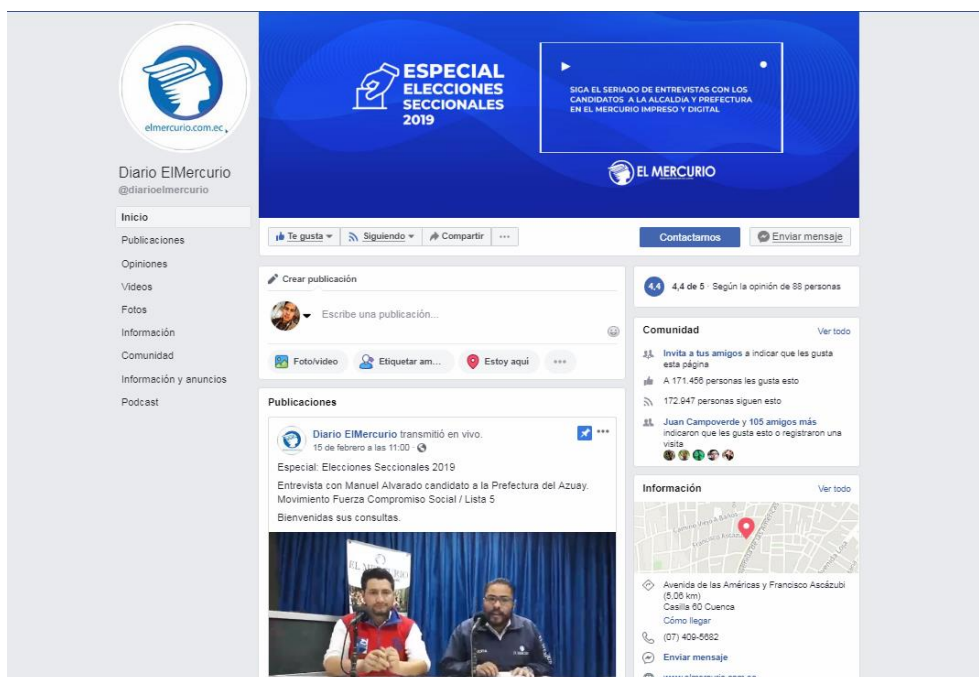


Fig 103 Inicio de la página Facebook de Diario El Mercurio. Fuente: <https://www.facebook.com/diarioelmercurio/>

## Twitter



Fig 104 Página inicio de Twitter de diario El Mercurio. Fuente: [www.twitter.com/mercurioec](http://www.twitter.com/mercurioec)

Estas dos redes sociales son demasiado importantes dentro del medio, ya que la información evidentemente es publicada desde su matriz, la página web, pero estas ayudan a que se fomente de gran forma para su audiencia, pues como vemos permite tener una comunidad de seguidores, que por lo cual tendrán un seguimiento porque cada una le notifica al seguidor cuando el perfil del diario publica información.

Cabe recalcar que la página web, tiene 3 opciones para compartir dicha información que el lector este consumiendo, Facebook, twitter y YouTube, estas opciones de enlaces a otras redes hace que el medio gane más audiencia, pues estas al ser plataformas que van desde comunidad a comunidad, generan una gran expansión de información no solamente a nivel de cuenca, sino también a nivel internacional.

Tanto Facebook como twitter es de suma importancia no solamente por el abastecimiento de información y gente que tienen, sino también por la ayuda en cuanto a estadísticas se refiere para un perfil, en este caso para “El Mercurio”, le permite establecerse datos importantes como, por ejemplo, cuantas publicaciones hicieron, que reacción tuvo mediante los comentarios o mensajes directos, además desde que país, ciudad los visitan. Y algo muy



importante desde que dispositivo los leen ya sea desde un Smartphone, Tablet o computadora con IP fija.

Otras plataformas tanto para fotografía como para video, en la actualidad ocupan un gran índice de visitas a nivel mundial, por la accesibilidad y disposición de publicar contenido.

## Instagram

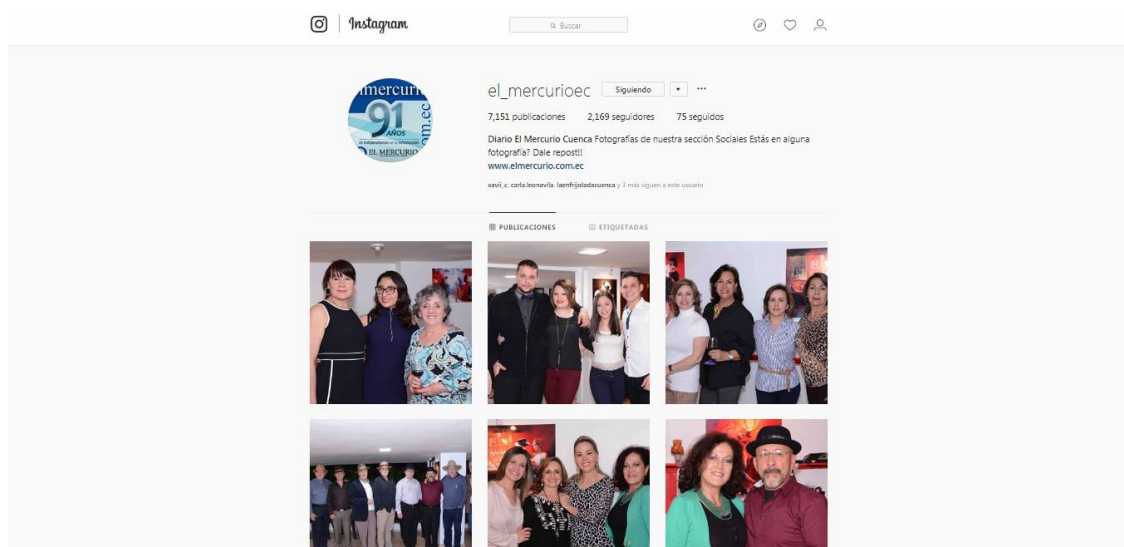


Fig 105 Página principal de Instagram de diario El Mercurio. Fuente: @el\_mercurioec

## Youtube

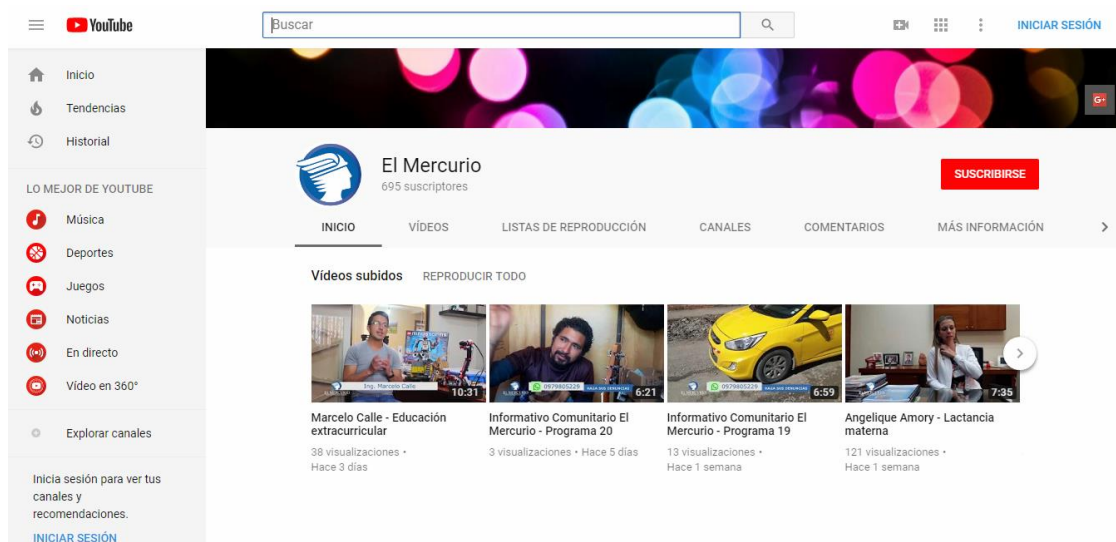


Fig 106 Página principal de YouTube de diario El Mercurio. Fuente: <https://www.youtube.com/user/videoselmercurio>

En estas dos redes lo que se ve es que se publica contenido con seguimiento, en el caso de Instagram con un total de 2.169 y 7.151 publicaciones, gran parte de lo que se publica es la



parte de fotografías de reuniones sociales, no existe contenido variado en cuanto a infografías que son realizadas dentro de la página web, o con una descripción debajo de la foto que redirija a sus otras redes o a la página en sí, además la utilización de etiquetas que permiten la búsqueda a millones de usuarios a nivel mundial, transmisión en vivo, realizar preguntas para interactuar con el público y otras opciones que ayudarían al medio a ganar más espacio en otras plataformas.

“Es una plataforma a la que se suben 70 millones de fotografías cada día y, después ser comprada por parte de Facebook por 1.000 millones de dólares, Instagram introdujo la posibilidad de compartir vídeos de hasta 15 minutos de duración, lo que representa una gran oportunidad para los medios periodísticos de ofrecer nuevos tipos de contenidos interesantes para los usuarios” (Zenith-blog, 2015)

En cuanto a YouTube, era un espacio olvidado por el diario, pues según el ex director del diario, Andrés Guillermo conjuntamente con Henry Gutama han establecido una iniciativa que se propone desde Facebook, la realización de un informativo para la comunidad.

“Es el primer informativo comunitario que existe dentro de las plataformas web donde la gente hace sus peticiones, quejas a través de un numero por medio de whatsapp, también por Facebook o las distintas redes sociales y nosotros mandamos a un corresponsal, el hace las tomas, las entrevistas, y eso lo comentamos a manera de informativo en vivo, que alrededor entre 15 minutos, es netamente para Facebook pero también existe un tipo de enlazamiento para la página web” (Guillermo, 2018)

Estas realizaciones audiovisuales como lo establece su ex director, se publican directamente desde Facebook, sin embargo, en el sitio de Youtube existen también estas opciones de visualización de una forma más extensa, es decir, permite que se obtenga de mejor forma en cuanto a calidad de video. Cabe destacar que este sitio está subiendo contenido desde el mes de Julio.

Agustín Reinoso, editor de Diario El Mercurio ve la importancia de la adaptación de El Mercurio a estas plataformas dado que la convergencia digital cada vez es más continua.

“La necesidad imperiosa de poder entrar en la vertiente de la comunicación digital digamos caso contrario es imposible, ahora especialmente el flujo de información y el consumo se da

especialmente a través de la red de internet, entonces era por la necesidad de modernizarse y estar a la par con los avances de la tecnología. Entonces por eso es que ahora hay, el mercurio tiene su estructura digital con la página web, cuenta de Facebook, Instagram, twitter, correo electrónico y otras plataformas digitales” (Reinoso, 2019)

### Diario El Tiempo

Junto con el Mercurio son unos de los diarios que más seguidores poseen en las diferentes aplicaciones digitales.

“Manejamos las dos más populares que hay twitter y Facebook, bueno si tenemos Instagram por ejemplo esas son las 3 que manejamos pero de ahí manejamos también google plus muy rara vez en YouTube y tenemos también clips en Soundcloud todo depende en realidad.” (Galan, 2018)

Tabla 11

*Detalles de seguimiento en redes sociales.*

	El Tiempo
Facebook	Si (eltiempo.com.ec)
Twitter	Si (@eltiempocuenca)
Seguidores en Facebook	183.253 Me gusta
Seguidores en Twitter	193k
Promedio de Tweets	1000
Google +	Si
Instagram	Si (@eltiempocuenca)
Seguidores en Instagram	23.700
Publicaciones en Instagram	8.957 publicaciones
Flickr	No
YouTube	Si
Suscriptores en YouTube	1232

Resultado de seguimiento y presencia de usuarios en las diferentes redes sociales que posee diario El Tiempo.

Fuente variables tabla: (Terreros, 2015)

Elaborado: Carlos Orden- Andrés Lahuate.

El Diario EL Tiempo es líder en varias aplicaciones digitales dentro de la ciudad y el austro del país, a pesar de que en el diario impreso el Mercurio lo supera en ventas, dentro de sus diferentes aplicaciones digitales, en Facebook y en Instagram lo supera con casi 10.000 seguidores que interactúan a diario en comentarios y número de reacciones.

### Diario El Tiempo en Facebook



Fig 107 Página inicio de Facebook de diario El tiempo. Fuente: <https://www.facebook.com/eltiempocuenca/>

### Diario El Tiempo en Twitter



Fig 108 Página inicio de Twitter de diario El Tiempo. Fuente: <https://twitter.com/eltiempocuenca>

A la vanguardia del mundo digital, hoy en día el mundo vive la revolución de las redes sociales, estas han pasado a formar parte de la vida cotidiana de todo el mundo, Ecuador no es la excepción y tanto Facebook como Twitter ganan usuarios que intercambian información

todos los días en Internet. EL TIEMPO no está al margen de esto, y desde el 2010 cuenta con sus perfiles en Facebook y Twitter donde comparte su información noticiosa principalmente. Pero también es un excelente medio para estar en contacto directo con los usuarios y mantener un diálogo personalizado y promocionar a la marca y sus productos, pero principalmente como extensores de contenido que remita a la web principal.

“Lo que nosotros hacemos nuestro punto principal es nuestra página web, como saben ósea por ejemplo las redes sociales son como los hijos son ajenos tarde o temprano Facebook twitter pasaran de moda y vendrán otras plataformas entonces nosotros estamos enfocados en el portal digital es decir como un sistema solar, nuestras página web es el sol y las redes sociales se dan la vuelta para la página web” (Galan, 2018)

El Diario se está consolidando como el más importante dentro de la ciudad frente a su principal competidor que es el Diario El Mercurio, se ha convertido en líderes de opinión, por la veracidad que prestan además de la confiabilidad que le caracteriza desde sus inicios.

## Diario El Tiempo en Instagram

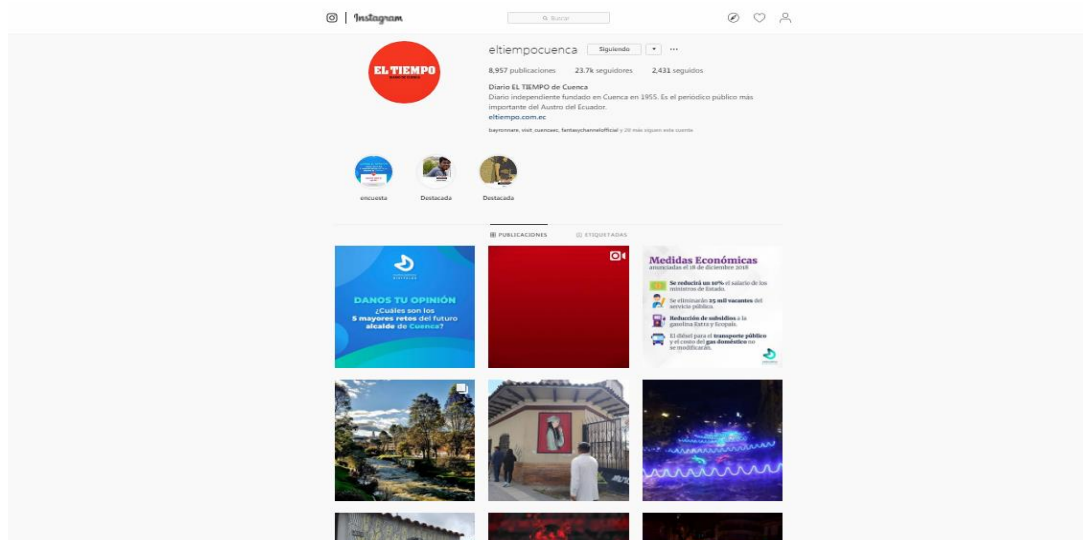


Fig 109 Página inicio de Instagram de diario El Tiempo. Fuente: @eltiempocuenca

## Diario El Tiempo en YouTube

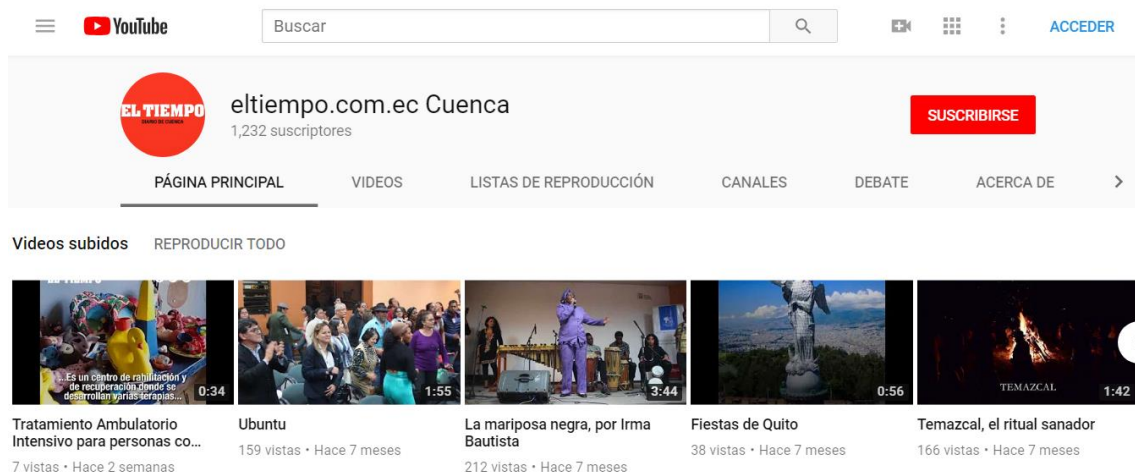


Fig 110 Página del canal de YouTube de diario El Tiempo. Fuente: <https://www.youtube.com/user/eltiempocuencaweb>

“En estas dos redes el diario ha logrado un alcance y un número de seguidores bastantes altos, le dan un uso correcto y el que la aplicación lo requiere esto termina de convencer al usuario y tomas estas aplicaciones como principal fuente de información” (Galan, 2018)

En menos de un año en la red social Instagram se ha triplicado el número de seguidores de la página, en las misma se coloca el link de los diferentes titulares para que sea trasladado al portal web del medio y así el usuario pueda informarse, posee en Instagram 16.000 seguidores más que el Diario El Mercurio, demostrando así la logrando en esta red social.

Mientras que en YouTube están innovando para poder tener un canal propio y lograr la misma credibilidad que está teniendo el portal digital.





## CAPÍTULO V

### 5. Conclusiones y recomendaciones

#### 5.1 Conclusiones

Los Cibermedios son aquellos que se han ido adaptando a los nuevos formatos de comunicación, en este caso el periodismo web se mantienen avanzando y en constante cambio por lo cual requiere que los contenidos cada momento se vayan actualizando ya que el usuario también está en constante cambio, es decir necesita nuevas formas de informarse; si antes le atraía un título o imagen, ahora lo que predomina es el abastecimiento de contenido interactivo como enlaces, etiquetas, videos, audios, imágenes, todo en una sola publicación.

Estos dos medios son y han sido indispensables para la comunidad cuencana o aledaña a la provincia del Azuay, ya que también desde un inicio se distribuyeron en Cañar, Loja y Morona Santiago, en cuanto a la versión impresa se refiere, ya que principalmente en la región, son los más leídos, por la situación de contexto y acercamiento.

Los dos tienen una característica en común, ya que ambos se trasladaron a la web, por el fenómeno migratorio que estuvo en auge, durante la finalización de los años 90 y comienzos de los 2000.

Los resultados obtenidos mediante la investigación permiten presentar las siguientes conclusiones.

Un diario digital no puede quedarse inmerso en el traspaso textual del impreso. Dado que lo que ofrece la web es generar otro tipo de información dentro de nuestras publicaciones, es decir anexar contenido de tipo multimedia para mejorar y diferenciarse de un medio tradicional.

Es importante que para que un medio digital mejore, se necesita de un departamento web capacitado, que cubra todas las necesidades en cuanto a interacción usuario- medio, creación de contenidos, actualización y el mantenimiento que debe tener el mismo.

Los medios que están sumergidos en la web es necesario que se establezcan patrones de seguimiento y contacto con sus usuarios, ya sea de la página web o de sus redes sociales enlazadas, ya que la interacción es parte primordial para que se obtenga un buen balance, ya que el usuario es quien da vida al medio.



Los dos medios deben centrarse en un público de 24 a 35 años, ya que según la investigación y las estadísticas de google analytics y similarweb determinan que estos medios son más leídos en dispositivos móviles.

Es importante aprovechar todo lo que las potencialidades que nos brinda el sistema multimedia, ya que nos permite englobar todo en un solo formato, que hará que sea accesible para todos, independientemente de condición o edad.

Mediante el estudio de campo:

Se ve gran presencia sobre todo de la edad de 18-34 años en redes sociales, mediante las encuestas y entrevistas a directores web de los diarios de El Tiempo y El Mercurio.

La red principal por la cual existe mayor interacción para los dos medios es: Facebook; utilizado como enganche para la página web; también por la mayor presencia de usuarios en esta plataforma dentro del país.

La mayoría de encuestados deciden informarse por el portal digital de eltiempo.com.ec, sobre elmercurio.com.ec.

La mayoría de encuestados menciona la importancia del periodista multimedia dentro de los medios digitales, sabiendo manejar todas las plataformas y generar contenido para los mismos; a su vez determinan la falta de videos o infografías dentro de las notas publicadas por los medios, sin embargo, mediante la investigación y análisis se ve inserción de opciones multimedia a algunas de las notas.

Dado las entrevistas que se requirieron para el análisis, los medios están todavía adaptándose a los nuevos formatos de la convergencia digital, por lo tanto, en el diseño de la página cada vez van añadiendo nuevas funciones para el usuario para mejorar en cuanto a accesibilidad o usabilidad.

## **5.2 Recomendaciones:**

Después de realizar la investigación y el análisis comparativo de los sitios web de elmercurio.com.ec (El Mercurio) y eltiempo.com.ec (El Tiempo), se recomienda:

Realizar más opciones de video, audio para albergar y dar acceso a diferentes tipos de públicos.



Se debe realizar más estudios y talleres para los periodistas de los medios para determinar el buen uso de cada plataforma y así realizar un contenido digital diferente al impreso.

Se debe enfatizar que las carreras de periodismo de las diferentes universidades a nivel local, enfaticen el tipo de escritura, contenido visual y textual para un medio digital. Permitiendo así generar más competitividad y mejor contenido distribuido para el nuevo usuario.

Se debe tener cuidado, con la inmediatez de las informaciones publicadas, evitar errores ortográficos, mal uso de hipervínculos o etiquetas, ya que esas falencias determinaron los encuestados.

Se debe tratar de no persuadir a los usuarios de la página con publicidad que resulta molesta e impide la navegabilidad dentro de los sitios.



## ANEXOS

### **Anexo 1. Modelo de entrevista a directores- editores web de los diarios digitales El**

#### **Mercurio y El Tiempo.**

1. ¿Cómo empieza Diario (El Mercurio- El Tiempo)?
  2. ¿Cómo surge la necesidad de expandirse a lo digital?
  3. ¿Cuántos conforman el equipo del manejo web dentro del Diario, entre redactores, editores, diseñadores?
  4. ¿Cuál es la hora de inicio y fin de publicaciones de contenido en la página web?
  5. ¿El contenido del impreso es el mismo en el digital?
  6. ¿En qué otras plataformas distribuyen su información, dado el auge de las redes digitales?
  7. ¿Cómo manejan las características de la digitalización dentro de su página web (Interactividad, hipertextualidad, usabilidad, multimedialidad)?
  8. ¿Creen que la página web, es interactiva, fácil de usar para la gente?
  9. ¿Es evidente que el diario impreso ha sido primordial y principal dentro de la ciudad, sienten alguna diferencia con su sitio web, tiene más acogida este?
  10. ¿Tienen un rango de edad de las personas que más frecuentan y consumen su información en las diferentes plataformas donde ustedes se encuentran?
- ¿Edad establecida?
11. ¿Es diferente el tratamiento y difusión que le dan a la información en las nuevas plataformas digitales, en comparación con el medio impreso?
  12. ¿Cómo analizan el rol del nuevo periodista multimedios dentro de su Diario, son web 2.0?
  13. ¿Cuáles son las herramientas más utilizadas por parte del periodista digital en su diario, ya sea para la cobertura o redacción?

**Anexo 2. Modelo de entrevista a periodistas web de diario El Tiempo y El Mercurio.**

1. ¿Cómo analiza el nuevo periodista que está surgiendo dentro de las redes, es decir con el acceso a recursos tecnológicos que posee en la actualidad?
2. ¿Cómo el periodista web ha logrado aplicar el concepto de accesibilidad (facilidad de acceso independientemente de discapacidades físicas o técnicas), dentro de sus plataformas digitales?
3. ¿El medio digital cumple con todas las herramientas que debe tener un cibermedio, Salaverria y Scolari deducen tres conceptos importantes (Multimedialidad, hipertextualidad e interactividad)?
4. ¿El medio cumple con el concepto de Scolari sobre Usabilidad (Capacidad de cumplir los objetivos del usuario en determinado uso)?
5. ¿En qué parámetros se basan para generar la arquitectura de la información en el medio digital?
6. ¿Cómo se han preparado para escribir en la web, que diferencias sienten?
7. ¿Qué recursos tecnológicos usa comúnmente para el medio digital, el periodista web?
8. ¿Cómo manejan la interactividad dentro del medio, que estrategias usan para llegar al usuario?

**Anexo 3. Fotografías de los entrevistados de los diarios de El Mercurio y El Tiempo****Entrevista.1**

Danny Galán: supervisor y editor web Diario El Tiempo.





## Entrevista 2

Agustín Reinoso: editor web diario El Mercurio

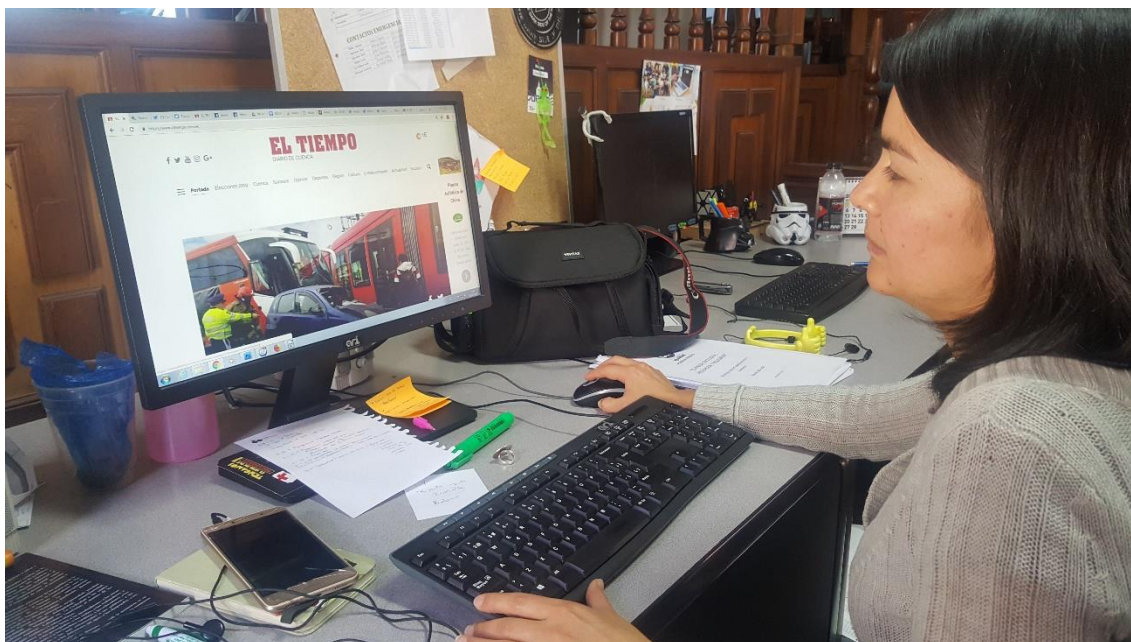


Entrevista 3: Henry Gutama, master y periodista web de diario El Mercurio

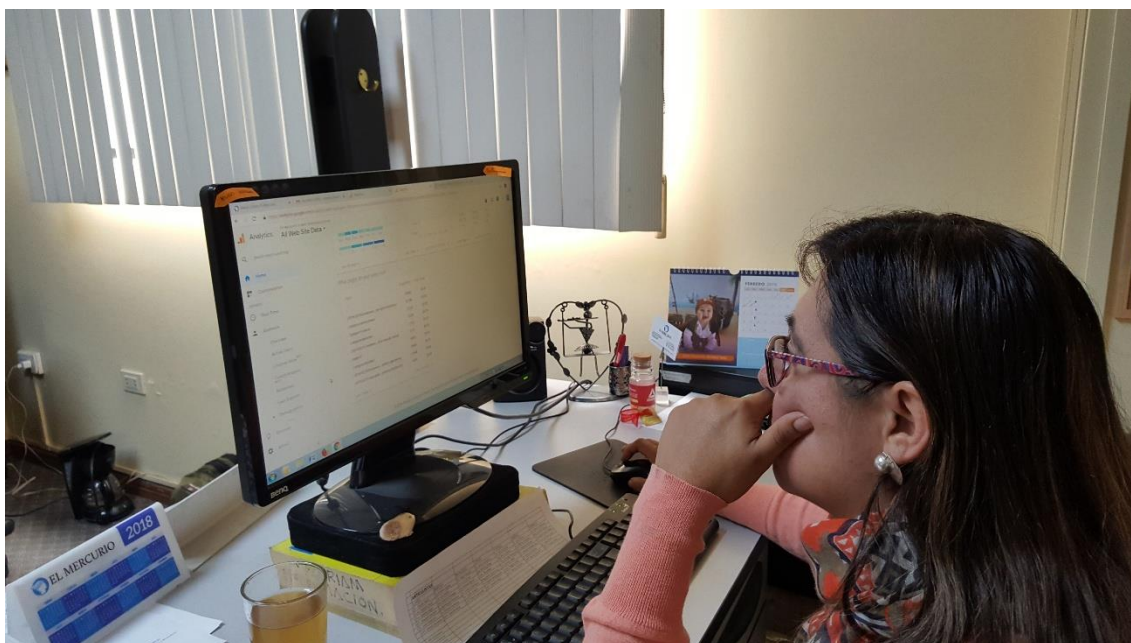




Entrevista 4: Claudia Pazan, editora y reportera web diario El Tiempo.



Datos de google Analytics propuestos por la directora web: Carmen Merchán El Mercurio





**Anexo 4. Modelo de encuesta, dirigida a estudiantes de octavo ciclo de la carrera de Periodismo de la Universidad de Cuenca.**

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACION

COMUNICACIÓN SOCIAL

PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DIGITAL

Encuesta

1. ¿De los siguientes Diarios, por cual usted se informa?

El Tiempo ( )

El Mercurio ( )

El Comercio ( )

Otro... ( )

.....  
.....

2. ¿Ha visitado las páginas web de los diarios del Mercurio o del Tiempo?

Solo del mercurio ( )

Solo del tiempo ( )

Ambas ( )

Ninguna ( )

3. ¿Cómo es el acceso que usted tiene para informarse?

Página web del diario ( )

Aplicaciones ( )

Redes Sociales ( )

Diario impreso ( )

4. ¿Considera que las páginas web de los diarios cumplen con los estándares de digitalización como facilidad para el usuario, interactividad, recursos multimedia e información hipertextualizada?

Si ( )

No ( )



5. ¿Cómo califica la interfaz que tienen estos diarios en sus portales digitales, siendo 1 el punto más bajo y 5 el más alto?
- 1 (   )  
2 (   )  
3 (   )  
4 (   )  
5 (   )
6. ¿Cómo ve la propuesta que tienen los medios tradicionales en las diferentes plataformas digitales para expandir su información?
- Excelente (   )  
Buena (   )  
Regular (   )  
Mala (   )
7. ¿Cómo califica la información publicada por los diarios del mercurio y el tiempo, en las redes sociales como Facebook y Twitter, siendo 1 el punto mas bajo y 5 el más alto?
- 1 (   )  
2 (   )  
3 (   )  
4 (   )  
5 (   )
8. ¿Cuáles son los contenidos que más consume dentro de este medio en cualquiera de sus plataformas físicas o digitales?
- Deportes (   )  
Sucesos (   )  
Cultura (   )  
Política (   )  
Región (   )  
Otro (   )
9. ¿Cuál es la red social que más utiliza para informarse?
- Instagram  
○ Facebook  
○ Twitter  
○ Youtube
10. ¿Cuándo usted visita las diferentes plataformas digitales de los diarios del Mercurio o El Tiempo, cumplen con su necesidad de información?
- Si (   )  
No (   )



11. ¿Ha visto alguna falencia dentro de las publicaciones que realizan estos medios en sus plataformas digitales?

Falta de hipervínculos en las noticias (    )

Enlaces caídos (    )

Falta de infografías o videos (    )

Información sin fuente (    )

Faltas ortográficas (    )

Ninguna (    )

12. ¿Qué diferencia ha notado en la difusión de información en el periódico web y el periódico impreso de los Diarios el Mercurio y Diario El Tiempo?

13. ¿Después de leer una nota periodística en los diferentes medios digitales cual es la acción que más realiza?

○ Dar Me Gusta

○ Comentar

○ Compartir

○ Ninguna

14. ¿Cree que ahora un periodista debe ser multitarea (varias funciones dentro del medio: ¿fotografía, escritura, edición, etcétera)?

Si (    )

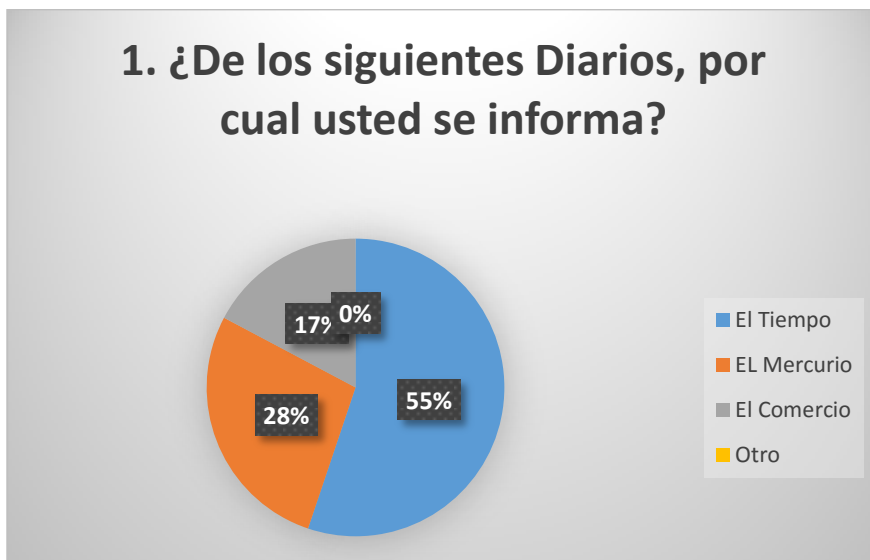
No (    )

¿Porque?.....  
.....

**Anexo 5. Resultados de encuestas a los alumnos del octavo ciclo de Periodismo de la Universidad de Cuenca: Periodo septiembre – enero 2019**

1. ¿De los siguientes Diarios, por cual usted se informa?

El Tiempo	16
EL Mercurio	8
El Comercio	5
Otro	0



La respuesta de los estudiantes del Octavo ciclo de la carrera de Periodismo de la Universidad de Cuenca, deduce que mayoritariamente prefieren informarse por Diario el Tiempo con un 55%, seguido del Mercurio con un 28% y por último el comercio con un 17%.

2. ¿Ha visitado las páginas web de los diarios del Mercurio o del Tiempo?

Solo del Mercurio	0
Solo del Tiempo	6
Ambas	20
Ninguna	0

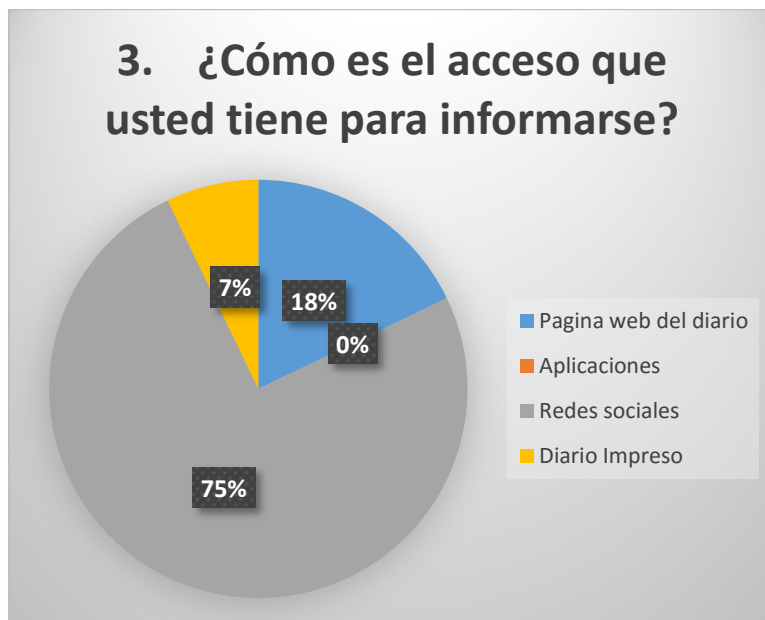


La mayoría de estudiantes mencionan que han visitado ambas páginas de los dos diarios con un 77%, ya sea por una sola visita o si deciden informarse de manera continua. Los demás estudiantes solamente han visitado el diario el tiempo con un 23%.



3. ¿Cómo es el acceso que usted tiene para informarse?

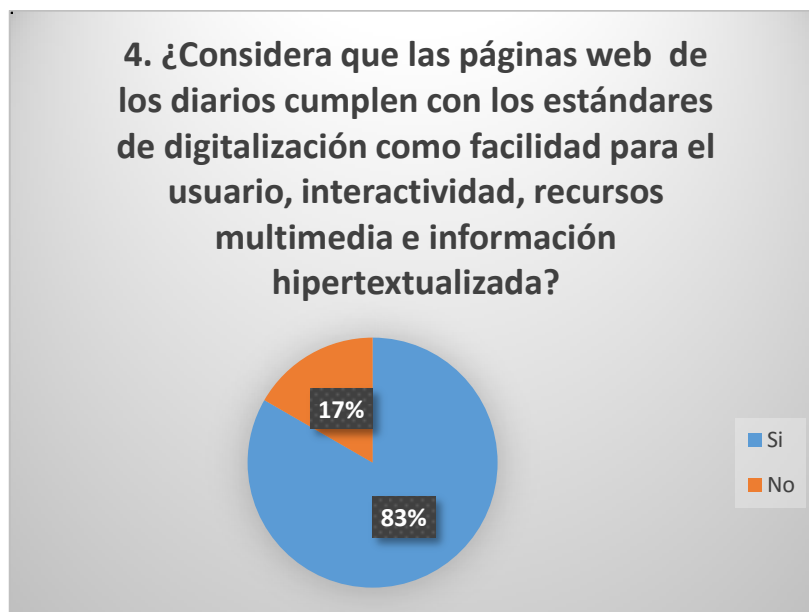
Página web del diario	5
Aplicaciones	0
Redes sociales	21
Diario Impreso	2



La mayoría de los estudiantes encuestados menciona que su manera directa para informarse es por medio de las redes sociales con un 75%, mientras que el resto se enfoca en la parte digital del diario con un 18% y el otro tanto por el medio físico con un 7%.

4. ¿Considera que las páginas web de los diarios cumplen con los estándares de digitalización como facilidad para el usuario, interactividad, recursos multimedia e información hipertextualizada?

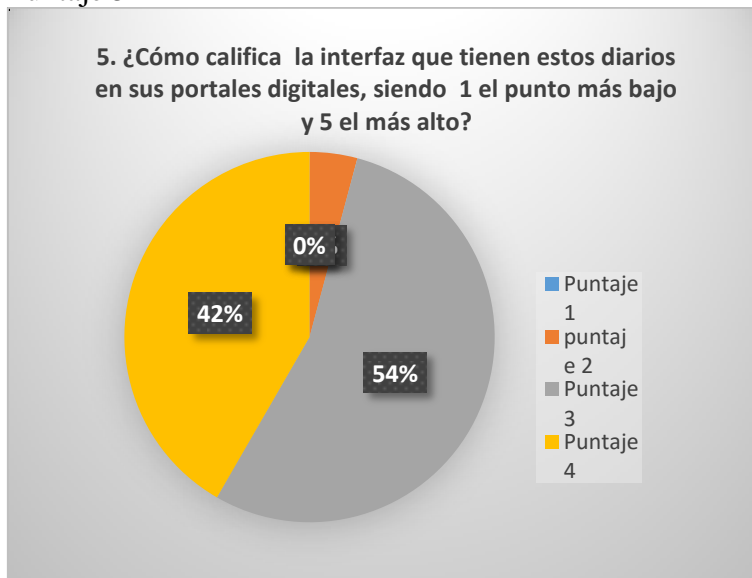
Si	20
No	4



Ante esta cuestión los estudiantes de periodismo presentaron un avasallador resultado asumiendo que dichos diarios cumplen con los estándares de digitalización con un 83% (estos estándares cumplen con la facilidad para el usuario con herramientas interactivas, independientemente de la edad y por ende aquellos estándares cumplen con la necesidad de informarse del consumidor); mientras que para el otro 17% que respondieron no, asumieron en su visita a los medios digitales, que no se cumplen con ciertos estándares.

5. ¿Cómo califica la interfaz que tienen estos diarios en sus portales digitales, siendo 1 el punto más bajo y 5 el más alto?

Puntaje 1	0
puntaje 2	1
Puntaje 3	13
Puntaje 4	10
Puntaje 5	0



La interfaz de una página digital y más de un medio de comunicación, es el enganche para el nuevo usuario; los estudiantes puntuaron en dos opciones nada más, siendo la más alta el puntaje 3 con un 54% y seguida de un puntaje de 4 con un 42%

6. ¿Cómo ve la propuesta que tienen los medios tradicionales en las diferentes plataformas digitales para expandir su información?

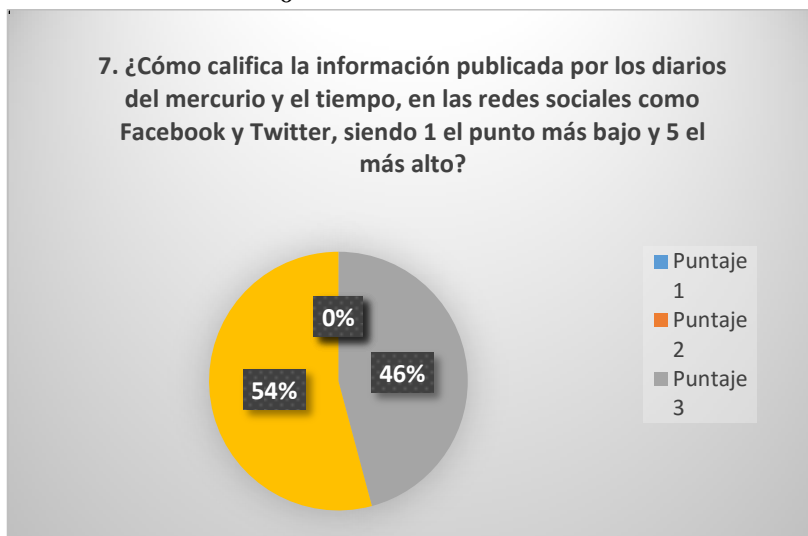
Excelente	1
Buena	12
Regular	11
Mala	0



Aquí la respuesta es clara para los encuestados, dado que ven mayoritariamente buena con un 50%, de la inserción de los medios de comunicación, en este caso tradicionales, hacia la digitalización; mientras que el otro tanto ve de forma regular, con un 46%

7. ¿Cómo califica la información publicada por los diarios del mercurio y el tiempo, en las redes sociales como Facebook y Twitter, siendo 1 el punto más bajo y 5 el más alto?

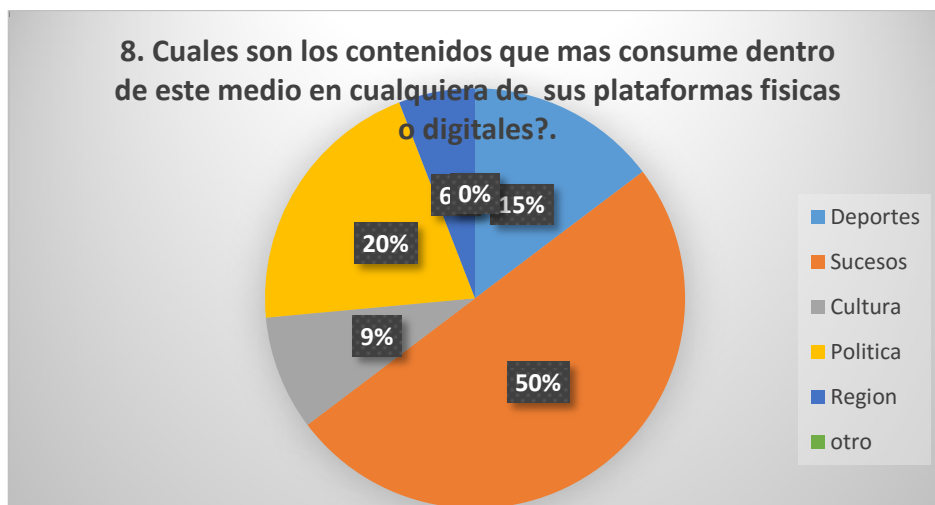
Puntaje 1	0
Puntaje 2	0
Puntaje 3	11
Puntaje 4	13
Puntaje 5	0



En esta pregunta los estudiantes tienen dos visiones acerca de la información publicada por los dos diarios a investigar en las redes sociales. Donde con un 54% da un puntaje de 4; mientras que el otro tanto da un 46% con un puntaje de 3. Cabe destacar que las principales redes sociales de estos medios son Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp y Youtube.

8. ¿Cuáles son los contenidos que más consume dentro de este medio en cualquiera de sus plataformas físicas o digitales?

Deportes	5
Sucesos	12
Cultura	3
Política	7
Región	2
Otro	0



Los contenidos que más consumen los estudiantes de octavo ciclo de periodismo de la Universidad de Cuenca son sucesos con un 50%, seguido de política con 20%, deportes 15%, cultura 9%, región con 6% y nadie selección otro.



9. ¿Cuál es la red social que más utiliza para informarse?

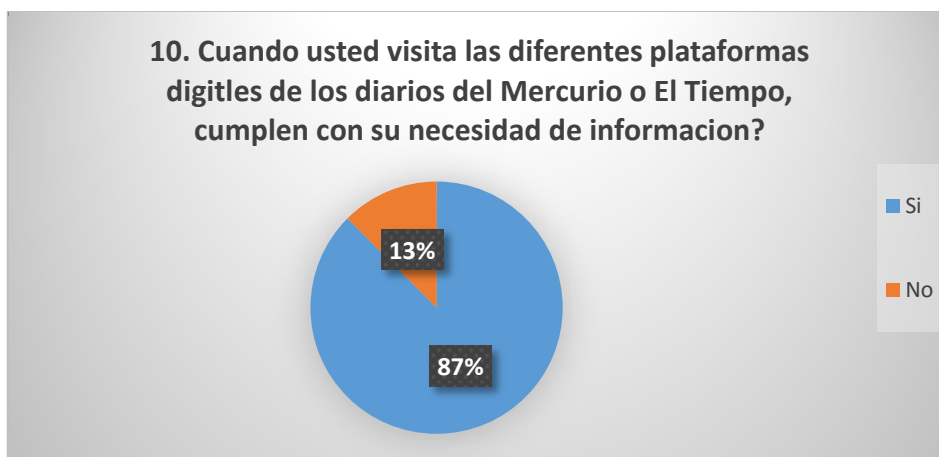
Instagram	1
Facebook	19
Twitter	4
Youtube	0



La red más utilizada para informarse de los estudiantes es Facebook con un 79%, seguido de twitter con 17%, Instagram con 4% y con 0% YouTube.

10. ¿Cuándo usted visita las diferentes plataformas digitales de los diarios del Mercurio o El Tiempo, cumplen con su necesidad de información?

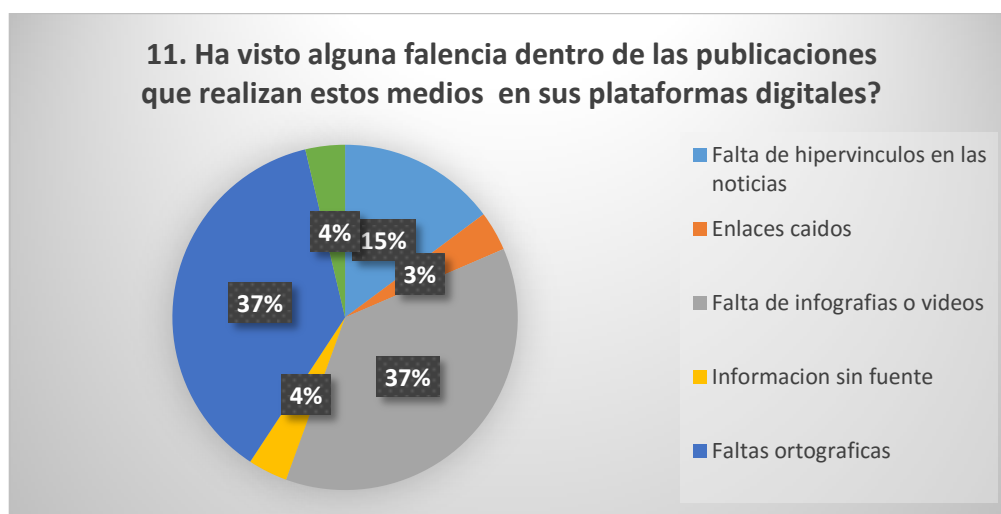
Si	21
No	3



El 87 % de los encuestados sienten esa necesidad de información cuando visitan las paginas tanto de El Mercurio como del Tiempo, mientras que el 13% no lo ha logrado.

11. ¿ha visto alguna falencia dentro de las publicaciones que realizan estos medios en sus plataformas digitales?

Falta de hipervínculos en las noticias	4
Enlaces caídos	1
Falta de infografías o videos	10
Información sin fuente	1
Faltas ortográficas	10
Ninguna	1

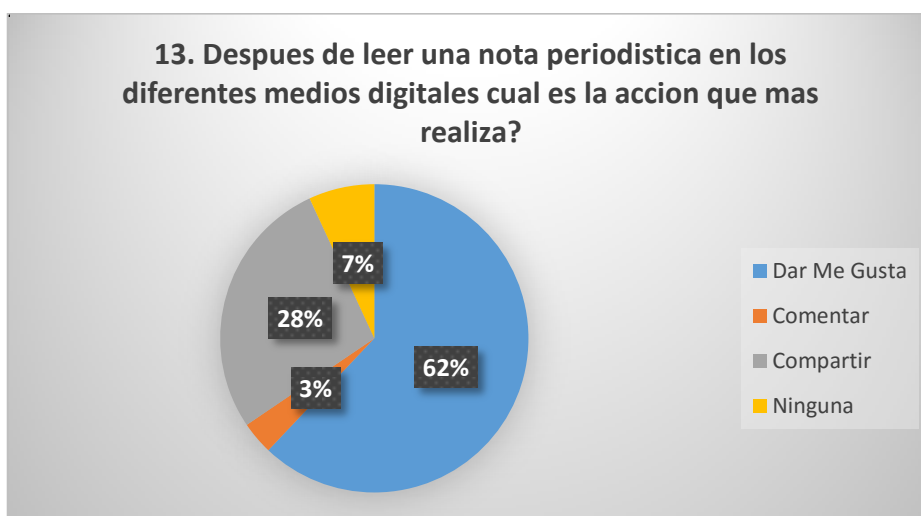


Según los encuestados encuentran dos falencias dentro de las publicaciones de los diarios en sus diferentes plataformas como: faltas ortográficas y falta de infografías o videos con un 37%; seguido de falta de hipervínculos con 15%; y por último con 4% información sin fuente o ninguna.

12. ¿Qué diferencia ha notado en la difusión de información en el periódico web y el periódico impreso de los Diarios el Mercurio y El Tiempo?

13. ¿Después de leer una nota periodística en los diferentes medios digitales cual es la acción que más realiza?

Dar Me Gusta	18
Comentar	1
Compartir	8
Ninguna	2



La mayoría de los encuestados menciona que su acción después de leer una nota periodística, específicamente dentro de las redes sociales como Facebook o twitter: dar me gusta con 62%, seguido de compartir que se lo puede hacer desde la página o desde las redes sociales con 28%; el 7% realiza la acción de comentar y por ultimo con el 3% no realizan ninguna acción.

14. ¿Cree que ahora un periodista debe ser multitareas (varias funciones dentro del medio: fotografía, escritura, edición, etc.)?

Si	21
No	3



## BIBLIOGRAFÍA

- Agesic. (12 de Diciembre de 2016). *Accesibilidad web*:. Obtenido de [https://agesic.gub.uy/innovaportal/file/549/1/Capitulo\\_3\\_Accesibilidad\\_v1\\_0.pdf](https://agesic.gub.uy/innovaportal/file/549/1/Capitulo_3_Accesibilidad_v1_0.pdf)
- Albornoz, L. (2016). *Los grandes medios en la red*. Obtenido de Docplayer.es: <https://es.scribd.com/doc/158786309/6ALBORNOZ-Luis-Caracteristicas-de-Los-Diarios>
- Albornoz, L. (s.f). *Prensa digital: características de los principales diarios online en español*. Obtenido de [http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r4/ccientifica\\_02.pdf](http://www.eca.usp.br/associa/alaic/revista/r4/ccientifica_02.pdf)
- Ariza, M., & Gandini, L. (Enero de 2012). *El análisis comparativo cualitativo: Researchgate*. Obtenido de Researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/262971953\\_El\\_analisis\\_comparativo\\_cualitativo\\_como\\_estrategia\\_metodologica](https://www.researchgate.net/publication/262971953_El_analisis_comparativo_cualitativo_como_estrategia_metodologica)
- Bertoloti, P. (Abril de 2009). *Conceptos básicos comunicación digital*. Obtenido de [argosfhys.unam.edu.ar: http://argos.fhys.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://argosfhys.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Bettetini, G., & Colombo, F. (1995). *Las nuevas tecnologías de la comunicacion*. Barcelona, Buenos Aires, Mexico DF: Paidos Iberica.
- Briggs, M. (2007). *Periodismo web 2.0*. Obtenido de [https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo\\_20.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf)
- Cabrero, J. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*.
- Cajamarca, D. (2016). *Convergencia digital de los diarios cuencanos: "El Mercurio" y "El Tiempo"*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12752/1/UPS-CT006616.pdf>
- Cebrian, M. (1 de Febrero de 2009). *Comunicación interactiva en: Comunicar*. Obtenido de Comunicar: <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-001>
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas*. Obtenido de <https://knightcenter.utexas.edu/books/HDPP.pdf>
- Del Alcazar, J. (Octubre de 2018). *Ecuador estado digital*. Obtenido de Formacion gerencial bussines advisors: : [https://drive.google.com/file/d/116eZRcn-FH-cLVWmGGlt3jAn\\_SdG1aTL/view](https://drive.google.com/file/d/116eZRcn-FH-cLVWmGGlt3jAn_SdG1aTL/view)
- El Comercio. (15 de Abril de 2015). Facebook es la red social más utilizada en el Ecuador y no tiene competencia. págs. <http://www.elcomercio.com/tendencias/facebook-redessociales-ecuador-inec-usuarios.html>.
- El Mercurio. (2017). Obtenido de <https://www.elmercurio.com.ec/>
- El Tiempo. (2017). Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/>
- Fernandez, J. (10 de Agosto de 1997). *La prensa en la era de la informacion*. Obtenido de Revista Telos 44: <http://www.fundesco.es/publica/telos-44.html>
- Figuerola, A. (2011). *Mapa de comunicacion del Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5148/1/tesis.pdf>



- Fondevila, J. (2012). *El uso de recursos del periodismo digital en la prensa del Reino Unido, Francia, Estados Unidos y*. Obtenido de Revistas.ucm.es:  
<http://revistas.ucm.es/index.php/esmp/article/download/39355/37902>
- Freire, C. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63: 287-293.
- Galan, D. (18 de Junio de 2018). (A. Lahuate, & C. Orden, Entrevistadores)
- Giorgis, F. (2015). *Medios Digitales: lectoescritura en clave de hipervínculo*. Obtenido de Repositorio institucional de la UNLP:  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46648/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/46648/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Gonzales, L. (Julio de 2018). *La accesibilidad de los medios de comunicacion digitales en España: en la generacion de contenidos inclusivos*. Obtenido de file:///C:/Users/hp/Downloads/396-2342-2-PB.pdf
- Guallar, J., Cristofol, R., & Ruiz, S. (Noviembre de 2010). *Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles*. Obtenido de eprints.rclis.org: <http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>
- Guillermo, A. (9 de Noviembre de 2018). Digitalizacion en El Mercurio. (O. Carlos, & A. Lahuate, Entrevistadores)
- Gutama, H. (20 de Enero de 2019). Diario digital El Mercurio. (C. Orden, & A. Lahuate, Entrevistadores)
- Inec. (s.f). *Tecnologías de informacion y comunicacion*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf)
- Ministerio de cultura, Colombia. (Marzo de 2014). *POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y CULTURA*. Obtenido de [http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/cultura-digital/proyeccionculturadigital/Documents/politica\\_comunicacion\\_digital\\_y\\_cultura%20\(EN\\_REVISION\).pdf](http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/cultura-digital/proyeccionculturadigital/Documents/politica_comunicacion_digital_y_cultura%20(EN_REVISION).pdf)
- Montiel, M. (12 de Octubre de 2000). *Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicacion social*.
- Noguera, J. (2010). *Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook*. Obtenido de [revistalatinacs.org](http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html):  
[http://www.revistalatinacs.org/10/art/891\\_UCAM/13\\_JM\\_Noguera.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html)
- Orihuela, J. (8 de Junio de 2011). *Aprender y enseñar a escribir hipertextos*. Obtenido de [mexicanadecomunicacion.com.mx](http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/06/08/la-autentica-gramatica-de-la-web/#axzz1PKfpKBjJ): <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2011/06/08/la-autentica-gramatica-de-la-web/#axzz1PKfpKBjJ>
- Ortells-Badenes, S. (2016). *Videos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad e inmediatez*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social:  
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1081/01es.html>
- Pazan, C. (20 de Enero de 2018). Diario digital El Tiempo. (C. Orden, & A. Lahuate, Entrevistadores)
- Perez, P. (20 de Abril de 2016). *El periodismo en la era digital: Elpais*. Obtenido de Diario digital: Elpais.com: [https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302\\_620130.html](https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html)



- Piscitelli, A. (1997). *Noticias e información a medida: ¿sueño o ilusión? El advenimiento del singlecasting*. Revista Comunicacion.
- RAE. (2018). Obtenido de <http://www.rae.es/>
- Reinoso, A. (25 de Enero de 2019). Diario digital El Mercurio. (O. Carlos, & A. Lahuate, Entrevistadores)
- Rivera, D., Punin, M., Calva, D., & Gonzales, L. (2013). *Investigación Nacional: Historia de los medios nacionales en el Ecuador*. Obtenido de [http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas/042\\_Rivera.pdf](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/042_Rivera.pdf)
- Rodriguez, E. (1 de Julio de 2014). *Desarrollo del ciberperiodismo*. Obtenido de medium.com: <https://medium.com/@Ruct11/1-2-desarrollo-de-ciberperiodismo-dd293ebb6591>
- Salaverria, R. (2012). Obtenido de [http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon\\_Salaverria.pdf](http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf)
- Salaverria, R. (2017). Tipología de los cybermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterranea*, 19-32.
- Salaverria, R., & Sancho, F. (2007). *Del papel a la web. evolucion y claves del diseño periodistico en internet*. Obtenido de Dadun: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/5074>
- Scolari, C. (2008). *HIPERMEDIACIONES: elementos para una teoria de la comunicacion digital interactiva*. Obtenido de Comunicacion: <http://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2014/07/Hipermediaciones-Carlos-Scolari-Cap1.pdf>
- Solorzano, J., & Castro, P. (Mayo de 2013). *Periodistas cuencanos y el uso de plataformas ciberneticas en prensa, radio y television durante junio, julio y agosto 2012*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4698/1/tesis.pdf.pdf>
- Tejedor, S. (2010). *Cibermedios: Libro de estilo para ciberperiodistas*. Santo Domingo: ITLA.
- Terreros, A. (2015). *Estudio de la versión digital de diario El Tiempo: análisis y propuesta de innovación*. Obtenido de Dspace.ucuenca.edu.ec: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/23155>
- Toral, M. (Mayo de 2016). <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25622>. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/25622>: [file:///C:/Users/Andres%20Lahuate/Downloads/tesis%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Andres%20Lahuate/Downloads/tesis%20(1).pdf)
- Torres, B. (2015). *Estudio de la renovación de Diario el Tiempo*. Obtenido de [file:///C:/Users/hp/Downloads/TESIS%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/TESIS%20(1).pdf)
- Valdes, J., & Cabrera, E. (2013). *Ciberspacio y cibernsiedad, su relación con las formas alternativas de socialización para la apropiación social de las TIC's*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/343828844/VALDES-Y-CABRERA-2013-Ciberspacio-y-Cibernsiedad>
- West, R., & Turner, L. (6 de Noviembre de 2006). *Teoria de la comunicacion, analisis y aplicacion: slidshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/rubenchosaa/teoria-de-la-comunicacion-analisis-y-aplicacion-richard-west-y-lynn-h-turner>
- Wurman, R. (1997). *Information Architects*. Los Angeles: Watson- Guptill Pubis.





Zenith-blog. (17 de Septiembre de 2015). *Instagram y medios de comunicación: ¿la nueva gran alianza?* Obtenido de <https://blogginzenith.zenithmedia.es/instagram-y-medios-de-comunicacion-la-nueva-gran-alianza/>